

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PREFERENSI NASABAH DALAM MEMILIH PRODUK TABUNGAN MUDHARABAH DI BANK SYARIAH

**(Studi Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Cibinong,
Kabupaten Bogor)**

SKRIPSI

Disusun Oleh:

Ega Adiyasa Nadipurnomo

145020501111012

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Meraih Derajat Sarjana Ekonomi**



**JURUSAN ILMU EKONOMI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BRAWIJAYA**

MALANG

2018

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi dengan judul :

**Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Preferensi Nasabah
Dalam Memilih Produk Tabungan Mudharabah di Bank Syariah
(Studi Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Cibinong,
Kabupaten Bogor)**

Yang disusun oleh :

Nama : Ega Adiyasa Nadipurnomo
NIM : 145020501111012
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya
Jurusan : S-1 Ilmu Ekonomi
Konsentrasi : Ekonomi Islam

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal **04 April 2018** dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima.

SUSUNAN DEWAN PENGUJI

1. Ajeng Kartika Galuh, SE., ME.
NIP. 2012018512212001
(Dosen Pembimbing)
2. Dr. Multifiah, SE., MS.
NIP. 195505271981032001
(Dosen Penguji I)
3. Dra. Marlina Ekawaty, M.Si., Ph.D.
NIP. 196503111989032001
(Dosen Penguji II)

Malang, 06 April 2018
Ketua Program Studi
Ekonomi Islam,



Ani Hoesoro, SE., MT., Ph.D.
NIP. 197009221995121002

LEMBAR PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul :

**Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Preferensi Nasabah dalam
Memilih Produk Tabungan Mudharabah di Bank Syariah
(Studi Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Cibinong, Kabupaten Bogor)**

Yang disusun oleh :

Nama : Ega Adiyasa Nadipurnomo
NIM : 145020501111012
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya
Jurusan : S-1 Ilmu Ekonomi
Konsentrasi : Ekonomi Islam

Disetujui untuk diajukan dalam Ujian Komprehensif.

Malang, 15 Maret 2018
Mengetahui,

Dosen Pembimbing,



Arif Hoetoro, SE., MT., Ph.D.
197009221995121002

A handwritten signature in black ink, consisting of a stylized 'H' shape.

Ajeng Kartika Galuh, SE., ME.
2012018512212001

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : **Ega Adiyasa Nadipurnomo**
Tempat, tanggal lahir : **Karanganyar, 21 April 1996**
NIM : **145020501111012**
Jurusan : **S1 Ilmu Ekonomi**
Konsentrasi : **Ekonomi Islam**
Alamat : **Jl. Cengger Ayam 23 Kav 3, Malang, Jawa Timur**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa SKRIPSI yang berjudul :

**Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Preferensi Nasabah dalam Memilih
Produk Tabungan Mudharabah di Bank Syariah
(Studi Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Cibinong, Kabupaten Bogor)**

yang saya tulis adalah benar-benar hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiat atau saduran dari Skripsi orang lain.

Apabila dikemudian hari ternyata pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang berlaku (dicabutnya predikat kelulusan dan gelar kesarjanaannya)

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 15 Maret 2018

Mengetahui,
Dosen Pembimbing,

Ajeng Kartika Galuh, SE., ME.
NIP. 2012018512212001

Yang membuat pernyataan,



Ega Adiyasa Nadipurnomo
NIM. 145020501111012



Mengetahui,
Ketua Program Studi
Ekonomi Islam,

Anif Hoetoro, SE., MT., Ph.D.
NIP. 197009221995121002

RIWAYAT HIDUP

Nama : Ega Adiyasa Nadipurnomo
 Tempat dan Tanggal Lahir : Karanganyar, 21 April 1996
 Agama : Islam
 Alamat Asal : Bojonggede, Kabupaten Bogor, Jawa Barat
 Nomor Telpn/ HP : 081510350421
 Alamat Email : ega.adiyasa@yahoo.com
 Jenis Kelamin : Laki-laki

Riwayat Pendidikan :

- | | | |
|--------|-----------------------------------|-------------------|
| a. SD | : SDIT Daarul Fataa | Tahun 2002 - 2008 |
| b. SMP | : SMP Negeri 1 Bojonggede | Tahun 2008 - 2011 |
| c. SMA | : SMA Negeri 2 Cibinong | Tahun 2011 - 2014 |
| d. S1 | : S1 Universitas Brawijaya Malang | Tahun 2014 - 2018 |

Pengalaman Kepanitiaan :

- a. 2015 : Staff Divisi PDD ECOCARE 2015
- b. 2015 : Staff Divisi Transkoper COMTRAI 2015
- c. 2015 : Koordinator Divisi PDD ESBC 2015
- d. 2016 : Staff Divisi PDD KM FEB 1 2016
- e. 2016 : Staff Divisi PDD MUNAS FoSSEI 2016
- f. 2016 : Koordinator Divisi PDD ESBC 2016
- g. 2016 : Koordinator Divisi PDD PEMILWA IE 2016

Pengalaman Organisasi :

- a. 2012 : Koordinator Seksi Bidang I OSIS SMAN 2 Cibinong
- b. 2012 : Anggota ICT SMAN 2 Cibinong
- c. 2014 : Staff Magang Divisi Media Penerbitan HMJIE FEB UB
- d. 2015 : Staff Tetap Divisi Media Penerbitan HMJIE FEB UB
- e. 2015 : Anggota Merpati Putih UB

Pengalaman Kerja :

- a. 2017 : Kuliah Kerja Nyata Profesi (KKN-P) di Bank Syariah Mandiri
Cabang Cibinong Kabupaten Bogor

MOTTO

فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا

“Maka Sesungguhnya Bersama Kesulitan Ada Kemudahan”



KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT yang tak pernah henti melimpahkan rahmat-Nya bagi seluruh alam. Shalawat serta salam senantiasa tercurah limpahkan kepada Baginda Rasulullah Muhammad SAW, keluarga, juga para sahabat serta seluruh umat beliau hingga ahir zaman,

Atas berkat Rahmat Allah SWT, penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul: **“Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Preferensi Nasabah Dalam Memilih Produk Tabungan Mudharabah di Bank Syariah (Studi Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Cibinong, Kabupaten Bogor)”**.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat dalam mencapai derajat Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang. Penulis menyadari bahwa selesainya penyusunan Skripsi ini disebabkan dukungan dari banyak pihak. Untuk itu dalam kesempatan ini, penulis menyampaikan rasa terima kasih kepada :

1. Allah SWT yang telah memberikan Rahmat dan pertolongan-Nya atas terselesaikannya skripsi ini.
2. Bapak Iman Gunadi dan Ibu Endang Purnomowati serta Adik Felita Anjani dan Adik Ganif Wicaksono yang terus memberikan do'a serta dukungan yang tak henti-hentinya kepada penulis.
3. Bapak Drs. Nurkholis, M.Buss., Ak., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya.
4. Bapak Dr. rer. Pol. Wildan Syafitri, SE., ME. selaku Ketua Jurusan Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya.
5. Bapak Arif Hoetoro, SE., MT., Ph.D. selaku Ketua Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya.

6. Ajeng Kartika Galuh, SE., ME. selaku Dosen Pembimbing yang dengan sangat sabar memberikan nasehat, petunjuk, serta arahan yang bermanfaat dalam membimbing penulis hingga mampu menyelesaikan skripsi ini.
7. Ibu Dr. Multifiah, SE., MS. dan Ibu Dra. Marlina Ekawaty, M.Si., Ph.D. selaku Dosen Penguji I dan Dosen Penguji II yang telah memberikan kritik dan saran yang membangun dalam penulisan skripsi.
8. Bapak Sefudin Suria Hidayat, selaku *Branch Manager* Bank Syariah Mandiri Cibinong yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk melaksanakan penelitian di Bank Syariah Mandiri Cibinong.
9. Sahabat PMS (Pejuang Menuju Sukses) yaitu Deni Arya, Arif Syamil, Galuh Dian, Retno Agdianasari, Mutiara Putri, Verina Intan, Lubna Lu'luk, Friska Ayu, Chorunnisa, yang senantiasa memberi dukungan, hiburan, masukkan, dan semangat kepada penulis.
10. Sahabat JPW (Iman Rusdianto, Kurniawan Agni, dan Irsyad) yang selalu memberikan motivasi kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
11. Muhammad Sina Ulil Albab dan seluruh teman-teman Ekonomi Islam 2014 yang telah memberikan warna tersendiri dimasa-masa perkuliahan. Semoga dengan berakhirnya masa-masa kuliah ini tidak memutus komunikasi kita.
12. Semua pihak yang secara langsung maupun tidak langsung ikut serta membantu dan mendukung dalam penulisan skripsi ini.

Semoga Allah SWT memberikan rahmat dan hidayah-Nya kepada semua pihak yang telah memberikan semangat, motivasi dan bantuan. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini jauh dari kata sempurna, karena itu kritik, saran dan masukan yang sifatnya membangun sangat diharapkan demi kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan dapat memberikan sumbangan pengetahuan yang berarti bagi pihak yang membutuhkan.

Malang, 21 April 2018

Penulis



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERSETUJUAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
RIWAYAT HIDUP	v
MOTTO	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA	10
2.1 Kerangka Teori	10
2.1.1 Perilaku Konsumen.....	10
2.1.2 Preferensi Menabung.....	15
2.1.2.1 Preferensi.....	15
2.1.2.2 Preferensi Menabung Menurut Ekonomi Islam	16
2.1.3 Perbankan Syariah	20
2.1.3.1 Pengertian Bank Syariah.....	20
2.1.3.2 Perbedaan Perbankan Syariah dengan Perbankan Konvensional.....	20
2.1.3.3 Produk Penghimpunan Dana Bank Syariah	21
2.1.4 Risiko Dalam Investasi	25
2.1.5 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Preferensi Nasabah dalam Memilih Produk Tabungan Mudharabah di Bank Syariah	28
2.1.5.1 Religiusitas.....	28

2.1.5.2 Produk Bank	31
2.1.5.3 Pelayanan	33
2.1.5.4 Pengetahuan.....	35
2.2 Penelitian Terdahulu	36
2.3 Kerangka Pikir	40
2.4 Hipotesis.....	41
BAB III METODE PENELITIAN.....	42
3.1 Pendekatan Penelitian	42
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian	42
3.3 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel Penelitian	43
3.4 Populasi dan Penentuan Sampel	45
3.4.1 Populasi	45
3.4.2 Sampel	45
3.5 Metode Pengumpulan Data	46
3.5.1 Data Primer.....	46
3.5.2 Data Sekunder	48
3.6 Metode Analisis Data	48
3.6.1 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	48
3.6.2 Metode Analisis Logistik.....	50
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	53
4.1 Gambaran Umum Penelitian.....	53
4.2 Gambaran Umum Responden	54
4.3 Uji Instrumen Penelitian	57
4.4 Hasil Analisis Deskriptif.....	59
4.6 Uji Hipotesis.....	64
4.7 Pembahasan	71
4.8 Implementasi Penelitian.....	77
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	80
5.1 Kesimpulan.....	80
5.2 Saran	81
DAFTAR PUSTAKA.....	83
LAMPIRAN.....	87

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jaringan Kantor Perbankan Syariah.....	2
Tabel 1.2	Total Dana Pihak Ketiga (DPK) Bank Syariah Mandiri Cabang Cibinong	5
Tabel 1.3	Total Pembukaan Rekening Tabungan di Bank Syariah Mandiri Cabang Cibinong	6
Tabel 2.1	Perbedaan Bank Syariah dengan Bank Konvensional	20
Tabel 2.2	Perbedaan antara Uang dan Modal	26
Tabel 2.3	Penelitian Terdahulu	37
Tabel 3.1	Definisi Operasional	44
Tabel 3.2	Skala Likert	47
Tabel 4.1	Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	55
Tabel 4.2	Karakteristik Responden berdasarkan Usia.....	55
Tabel 4.3	Karakteristik Responden berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	56
Tabel 4.4	Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Produk Tabungan	57
Tabel 4.5	Hasil Uji Validitas Variabel	58
Tabel 4.6	Hasil Uji Reliabilitas Variabel.....	59
Tabel 4.7	Distribusi Frekuensi Variabel Religiusitas.....	60
Tabel 4.8	Distribusi Frekuensi Variabel Produk Bank	61
Tabel 4.9	Distribusi Frekuensi Variabel Pelayanan	62
Tabel 4.10	Distribusi Frekuensi Variabel Pengetahuan.....	63
Tabel 4.11	Hasil Uji Multikolinearitas	65
Tabel 4.12	Hasil Uji Hosmer dan Lameshow	65
Tabel 4.13	Hasil Koefisien Determinasi	66
Tabel 4.14	Hasil Prediksi Model.....	67
Tabel 4.15	Hasil Uji Omnibus.....	68
Tabel 4.16	Hasil Uji Parsial	68
Tabel 4.17	Besaran Bagi Hasil Bank Syariah Mandiri Cibinong	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jaringan Kantor Perbankan Syariah di Indonesia.....	2
Gambar 2.1 Kurva <i>Total Utility</i> dan <i>Marginal Utility</i>	11
Gambar 2.2 <i>Indifference Curve</i>	12
Gambar 2.3 Pilihan Untuk Memilih Produk Tabungan Mudharabah di Bank Syariah.....	14
Gambar 2.4 Kerangka Pikir.....	40



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	87
Lampiran 2 Validitas dan Reliabilitas Variabel Religiusitas (X1)	92
Lampiran 3 Validitas dan Reliabilitas Variabel Produk Bank (X2)	94
Lampiran 4 Validitas dan Reliabilitas Variabel Pelayanan (X3)	95
Lampiran 5 Validitas dan Reliabilitas Variabel Pengetahuan (X4)	97
Lampiran 6 Hasil Uji Multikolinearitas	99
Lampiran 7 Hasil Regresi Logit	100



**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PREFERENSI
NASABAH DALAM MEMILIH PRODUK TABUNGAN MUDHARABAH DI BANK
SYARIAH
(Studi Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Cibinong, Kabupaten Bogor)**

**Ega Adiyasa Nadipurnomo
Ajeng Kartika Galuh, SE., ME.**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang
Email : ega.adiyasa@yahoo.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh faktor religiusitas, produk bank, pelayanan dan pengetahuan terhadap preferensi nasabah dalam memilih produk tabungan mudharabah di bank syariah. Penelitian ini menggunakan sampel 95 responden dari 1778 nasabah tahun 2017 di Bank Syariah Mandiri Cabang Cibinong, Kabupaten Bogor. Data yang dikumpulkan menggunakan kuesioner dengan skala likert. Data di uji menggunakan uji validitas dan reliabilitas yang dilakukan dengan menggunakan IBM SPSS 24.0. Serta untuk mengetahui pengaruh religiusitas, produk bank, pelayanan dan pengetahuan terhadap preferensi nasabah dalam memilih produk tabungan mudharabah di bank syariah digunakan analisis logistik dengan dibantu alat uji yaitu IBM SPSS 24.0, tetapi sebelum uji analisis logistik dilakukan terlebih dahulu dilakukan uji multikolinearitas guna melihat bahwa tidak ada keterkaitan antara variabel bebas yang digunakan. Hasil analisis logistik menunjukkan bahwa faktor religiusitas, produk bank, pelayanan dan pengetahuan berpengaruh terhadap preferensi nasabah memilih produk tabungan mudharabah di bank syariah, tetapi terdapat salah satu faktor yaitu produk bank dimana ketika tingkat produk bank meningkat maka justru menurunkan preferensi nasabah dalam memilih produk tabungan mudharabah di Bank Syariah Mandiri Cibinong.

Kata Kunci : Perbankan Syariah, Preferensi Menabung, Religiusitas, Produk Bank, Pelayanan, Pengetahuan

**ANALYSIS ON FACTORS THAT INFLUENCE THE PREFERENCE OF
CLIENTS IN CHOOSING MUDHARABAH SAVING PRODUCTS
IN SHARIA BANKS
(A Study At Bank Syariah Mandiri Branch of Cibinong In Bogor Regency)**

**Ega Adiyasa Nadipurnomo
Ajeng Kartika Galuh, SE., ME.**

*Faculty of Economics and Business, University of Brawijaya
Email : ega.adiyasa@yahoo.com*

ABSTRACT

Purposed of this research was to understand the effect of religiosity, bank product, service and knowledge toward customer preference in the chosen of mudharabah savings product in Islamic Bank. Sample of this research used 95 respondents from 1778 customers in 2017 at Syariah Mandiri Bank branch Cibinong, Bogor Regency. Collected data were questionnaires with likert scale. Analysis method was using validity and reliability test and applied in IBM SPSS 24.0. To determine the effect of religiosity, bank product, service and knowledge toward customer preference in the chosen of mudharabah savings product in Islamic bank were used logistic analysis. Before did the logistic test, this research should did multicollinearity test to observe that there was no linkage between independent variables. Result of the logistic analysis describe that religiosity, bank product, service and knowledge were influence the customer preference in the chosen of mudharabah savings product in Islamic bank. But there was a factor, when this factor increase it decreases costumer preference in the chosen of mudharabah savings product at Syariah Mandiri Bank branch Cibinong, Bogor Regency. This factor was bank product.

Keywords : Islamic Bank, Savings Preference, Religiosity, Bank Product, Service, Knowledge

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam suatu negara, bank memiliki peran yang penting dalam perekonomian. Menurut Undang- Undang No. 10 Tahun 1998, bank adalah suatu badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit ataupun bentuk-bentuk lainnya guna meningkatkan taraf hidup orang banyak. Perbankan di Indonesia saat ini mengalami perkembangan yang amat pesat, khususnya pada perbankan syariah. Sesuai UU No. 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, perbankan syariah ialah bank yang menjalankan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah, atau prinsip hukum Islam yang diatur dalam fatwa Majelis Ulama Indonesia seperti prinsip keadilan dan keseimbangan, *kemaslahatan*, *universalisme* (alamiyah), serta tidak mengandung *gharar*, *maysir*, *riba*, *zalim* dan obyek yang haram (Otoritas Jasa Keuangan, 2016). Perkembangan tersebut salah satunya ditandai dengan banyaknya bank konvensional yang membuka unit-unit syariah yang dalam melakukan kegiatannya berdasarkan prinsip-prinsip syariah serta di setiap daerah sudah mulai muncul bank-bank syariah, keadaan tersebut ditunjukkan data OJK (Otoritas Jasa Keuangan, 2017) sebagai berikut.

Gambar 1.1 : Jaringan Kantor Perbankan Syariah di Indonesia



Sumber : Otoritas Jasa Keuangan, 2017

Tabel 1.1 : Jaringan Kantor Perbankan Syariah

Rincian	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Bank Umum Syariah								
Jumlah bank	11	11	11	11	12	12	13	13
Jumlah kantor bank	1,215	1,390	1,734	1,987	2,163	1,990	1,869	1,849

Sumber : Otoritas Jasa Keuangan, 2017

Dari gambar 1.1 dan tabel 1.1, dapat dilihat bahwa jumlah bank syariah yang ada di Indonesia mengalami peningkatan dari tahun 2010 ke tahun 2017, dimana pada tahun 2017 jumlah bank syariah meningkat menjadi 13 bank umum syariah dari yang sebelumnya tahun 2010 hanya sebanyak 11 bank umum syariah saja serta jumlah kantor bank syariah di Indonesia juga mengalami peningkatan,

tercatat pada OJK (Otoritas Jasa Keuangan, 2017) jumlah kantor bank syariah (termasuk kantor kas dan kantor cabang pembantu) pada tahun 2017 berjumlah 1849 kantor, yang sebelumnya pada tahun 2010 hanya berjumlah 1215 kantor.

Bank syariah sendiri memiliki peluang yang sangat besar dari segi pangsa pasarnya karena jumlah Muslim yang ada di Indonesia sangatlah banyak. Dari data BPS (Badan Pusat Statistik, 2010), jumlah seluruh penduduk Indonesia sebesar 237.641.363 jiwa dan sekitar 87,2 % atau 207.176.162 diantaranya ialah penduduk beragama Islam (muslim). Sudah sepatutnya seorang muslim dalam menjalani setiap aktivitasnya sesuai dengan syariat islam, salah satunya menghindari riba dalam pengelolaan keuangannya. Sebagaimana dalam firman Allah SWT dalam surah An-Nisa ayat 160-161 yang berbunyi :

فَظْلَمَ مِّنَ الَّذِينَ هَادُوا حَرَّمْنَا عَلَيْهِمْ طَيِّبَاتٍ أُحِلَّت لَّهُمْ وَبِضَدِّهِمْ عَنِ سَبِيلِ اللَّهِ
كَثِيرًا ۖ وَأَخَذَهُمُ الرَّبُّوْا وَقَدْ نُهِيَ عَنْهُ وَأَكْلِهِمْ أَمْوَالَ النَّاسِ بِالْبَاطِلِ وَأَعْتَدْنَا
لِلْكَافِرِينَ مِنْهُمْ عَذَابًا أَلِيمًا ۖ

Artinya : (160) Maka disebabkan kezaliman orang-orang Yahudi, kami haramkan atas (memakan makanan) yang baik-baik (yang dahulunya) dihalalkan bagi mereka, dan karena mereka banyak menghalangi (manusia) dari jalan Allah. (161) Dan disebabkan mereka memakan riba, padahal sesungguhnya mereka telah dilarang daripadanya, dan karena mereka memakan harta benda orang dengan jalan yang batil. Kami telah menyediakan untuk orang-orang yang kafir di antara mereka itu siksa yang pedih.

Penduduk Indonesia yang mayoritas muslim dan adanya larangan riba sebagaimana yang dijelaskan dalam surat An-Nisa ayat 160-161 berpengaruh terhadap perkembangan perbankan syariah dalam memperoleh nasabah. Hal ini diperkuat lagi dengan dikeluarkannya Undang-Undang No.21 Tahun 2008 yang mengatur mengenai kegiatan perbankan syariah di Indonesia.

Walaupun perkembangan bank syariah saat ini sangat pesat dan memiliki peluang yang sangat besar namun pada kenyataannya bank syariah untuk ke depannya juga masih banyak sekali tantangan yang harus dihadapi, salah satunya dari segi pangsa pasar. Hal itu ditunjukkan dengan masih banyaknya masyarakat Indonesia yang belum memanfaatkan atau menggunakan bank syariah. Berdasarkan data Otoritas Jasa Keuangan (2017), jumlah rekening nasabah per Mei 2017 hanya sebanyak 23.555.448 rekening saja yang dikelola oleh BUS (Bank Umum Syariah) dan UUS (Unit Usaha Syariah). Hal itu menunjukkan bahwa jumlah populasi masyarakat Indonesia yang mayoritas beragama Islam (muslim), tidak menjamin masyarakatnya memiliki kecenderungan untuk menabung pada perbankan syariah.

Selain itu perbankan syariah juga dihadapkan pada persaingan yang ketat antar perbankan syariah. Hal itu membuat nasabah lebih selektif dalam memilih bank-bank syariah yang telah banyak tersebar di Indonesia. Tidak hanya itu, sebagai sebuah lembaga keuangan yang dibentuk untuk dapat melakukan kegiatan usahanya sesuai syariat agama Islam, bank syariah juga harus bisa bersaing dalam merebut nasabah, karena nasabah dalam menentukan pilihannya tentu didasarkan pada berbagai pertimbangan (Lestari, 2015). Ditambah juga dengan keberadaan bank konvensional di Indonesia membuat persaingan menjadi semakin kompleks, sebab masyarakat Indonesia yang sekaligus juga sebagai target nasabah dari bank syariah belum memprioritaskan bank syariah dalam hal

menabung karena masyarakat Indonesia sudah lebih lama dan lebih awal mengenal perbankan konvensional dibandingkan perbankan syariah.

Bank Syariah Mandiri merupakan bank syariah yang sudah cukup lama berdiri yaitu sejak tahun 1999 (Jannah, 2011). Tidak hanya itu Bank Syariah Mandiri juga merupakan bank yang perolehan labanya cukup besar yaitu mencapai Rp 90.261.000.000 pada triwulan I 2017 (Bank Syariah Mandiri, 2017). Bank Syariah Mandiri juga telah memiliki 595 kantor yang terdiri dari kantor cabang, kantor cabang pembantu, kantor kas, dan lain sebagainya (Bank Syariah Mandiri, 2017). Salah satu kantor cabang yang memiliki aktivitas penghimpunan dana cukup baik ialah Bank Syariah Mandiri Cabang Cibinong. Hal itu ditandai dengan meningkatnya jumlah Dana Pihak Ketiga (DPK) dari Bank Syariah Mandiri Cabang Cibinong yang ditunjukkan pada tabel 1.2.

Tabel 1.2 : Total Dana Pihak Ketiga (DPK) Bank Syariah Mandiri Cabang Cibinong

Dalam Jutaan Rupiah

Produk Penghimpunan Dana	Desember 2016	Agustus 2017
Giro	32,556.57	29,586.56
Tabungan	168,756.95	173,080.38
Deposito	66,496.76	77,584.01
Total DPK	267,810.28	280,250.95

Sumber : Bank Syariah Mandiri Cibinong, 2017

Dari tabel 1.2 dapat dilihat bahwa total DPK dari Bank Syariah Mandiri Cabang Cibinong mengalami peningkatan dari sebelumnya, dimana pada bulan Desember 2016 tercatat bahwa total DPK Bank Syariah Mandiri Cabang Cibinong hanya sebesar 267,8 Miliar dan meningkat pada bulan Agustus 2017 menjadi 280,2 Miliar. Hal itu menandakan bahwa Bank Syariah Mandiri Cabang Cibinong memiliki aktivitas penghimpunan dana yang cukup baik.

Peningkatan total DPK Bank Syariah Mandiri Cibinong tidak lepas dari banyaknya nasabah yang menabung. Disini nasabah dihadapkan pada pilihan lagi, yaitu jenis produk tabungan yang digunakan, yang nantinya akan berpengaruh terhadap pengelolaan uang yang disimpan di perbankan tersebut. Peningkatan total DPK ditandai dengan banyaknya pembukaan rekening berdasarkan jenis tabungan di Bank Syariah Mandiri Cibinong dari tahun 2015 hingga tahun 2017 :

Tabel 1.3 : Total Pembukaan Rekening Tabungan di Bank Syariah Mandiri Cabang Cibinong

Jenis Tabungan	Desember 2015	Desember 2016	November 2017
Tabungan Mudharabah	2297 Rekening	1268 Rekening	1088 Rekening
Tabungan Wadiah	137 Rekening	983 Rekening	681 Rekening
Jumlah	2434	2249	1778

Sumber : Bank Syariah Mandiri Cabang Cibinong, 2017

Pada tabel 1.3 dapat dilihat bahwa total pembukaan rekening produk tabungan mudharabah pada Bank Syariah Mandiri Cabang Cibinong lebih tinggi dibandingkan tabungan wadiah, hal itu ditunjukkan dengan jumlah rekening tabungan mudharabah sebanyak 1088 rekening lebih tinggi dibandingkan jumlah rekening tabungan wadiah yang berjumlah 681 rekening pada tahun 2017.

Adapun pada penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh Padmaninggar (2016) menunjukkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi minat menabung mahasiswa di perbankan syariah ialah religiusitas, pengetahuan dan jumlah uang saku. Selain itu, dalam penelitian yang dilakukan oleh Lestari (2015) menunjukkan bahwa religiusitas, produk bank, kepercayaan, pengetahuan dan pelayanan berpengaruh terhadap preferensi menabung Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan

Bisnis Universitas Brawijaya Malang pada perbankan syariah. Tidak hanya itu, pada penelitian Mukromin (2017) menunjukkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi nasabah (mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta) bahwa faktor kualitas pelayanan dan kepercayaan yang memiliki pengaruh terhadap preferensi menabung di perbankan syariah. Serta pada penelitian Januar (2016) memaparkan bahwa pelayanan serta kepercayaan memiliki pengaruh terhadap keputusan nasabah (mahasiswa) dalam menabung di perbankan syariah.

Berdasarkan penjabaran dari penelitian-penelitian yang telah dilakukan sebelumnya terdapat hasil yang beragam mengenai faktor yang berpengaruh dan yang tidak berpengaruh terhadap preferensi menabung di bank syariah, dari penelitian Padmaninggar (2016) dan Lestari (2015) mengatakan bahwa faktor religiusitas, pengetahuan dan produk bank berpengaruh positif terhadap minat/preferensi nasabah (mahasiswa) dalam menabung di bank syariah sedangkan pada penelitian Mukromin (2017) mengatakan dalam penelitiannya bahwa faktor religiusitas, pengetahuan dan produk bank itu tidak berpengaruh terhadap preferensi nasabah untuk menabung di bank syariah. Begitu pun pada Januar, pada penelitiannya faktor pengetahuan tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan nasabah (mahasiswa) dalam menabung di bank syariah. Adanya perbedaan hasil tersebut sehingga penulis merumuskan faktor religiusitas, produk bank serta pengetahuan untuk diteliti lebih lanjut dimana fokus pada penelitian ini ialah dari segi produk tabungan di bank syariah serta penulis juga memasukkan faktor pelayanan dalam penelitian ini karena bank merupakan sebuah lembaga keuangan yang bergerak dibidang jasa sehingga penulis ingin melihat apakah faktor pelayanan ini juga menjadi pertimbangan nasabah dalam memilih produk tabungan mudharabah. Adapun penulis tidak memasukkan faktor kepercayaan karena dari semua penelitian terdahulu yang menggunakan variabel kepercayaan

sebagai bahan pertimbangan dalam penelitian untuk mengetahui pertimbangan faktor apa yang mempengaruhi preferensi/keputusan nasabah dalam menabung di bank syariah, hasil dari masing-masing penelitian tersebut mengatakan bahwa variabel kepercayaan memiliki pengaruh terhadap preferensi/keputusan nasabah dalam menabung di bank syariah sehingga penulis beranggapan bahwa tingkat kepercayaan nasabah kepada pihak bank sudah cukup baik dan penulis tidak memasukkan variabel kepercayaan pada penelitian ini. Berdasarkan penjabaran tersebut, penulis merumuskan faktor-faktor atau variabel pada penelitian preferensi nasabah memilih produk tabungan mudharabah ini ialah religiusitas, produk bank, pelayanan dan pengetahuan.

Adapun pada penelitian ini, penulis memilih nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Cibinong per November 2017 sebagai objek penelitian karena penulis ingin mengetahui faktor apa yang mempengaruhi preferensi nasabah yang baru menabung di bank syariah. Sedangkan penulis menetapkan nasabah pada Bank Syariah Mandiri Cabang Cibinong karena kantor cabang ini merupakan kantor yang sudah cukup lama berdiri sejak tahun 2003 dan berada pada tempat yang cukup strategis serta berada disekitar lokasi padat penduduk, sehingga penulis berharap ketika penelitian ini selesai, hasil dari penelitian serta saran dari penulis dapat dilaksanakan oleh pihak-pihak terkait meliputi pihak bank, para akademisi, dan pihak lainnya dalam mengembangkan perbankan syariah di Indonesia. Oleh sebab itu, berdasarkan penjabaran latar belakang tersebut penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Preferensi Nasabah Dalam Memilih Produk Tabungan Mudharabah di Bank Syariah (Studi Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Cibinong)”.

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang sudah dijelaskan maka rumusan masalah yang digunakan adalah bagaimana pengaruh faktor religiusitas, produk bank, pelayanan dan pengetahuan terhadap preferensi nasabah dalam memilih produk tabungan mudharabah di bank syariah.

1.3 Tujuan

Berdasarkan latar belakang dan permasalahan sebelumnya, maka tujuan dari penelitian ini ialah mengetahui pengaruh faktor religiusitas, produk bank, pelayanan dan pengetahuan terhadap preferensi nasabah dalam memilih produk tabungan mudharabah di bank syariah.

1.4 Manfaat Penelitian

Terlaksananya penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi berbagai pihak, sehingga dapat dijadikan referensi belajar, ataupun bahan ajar. Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

a) Manfaat Akademisi

1. Sebagai tambahan informasi bagi pembaca mengenai preferensi nasabah memilih produk tabungan mudharabah di bank syariah.
2. Penelitian ini dapat digunakan lebih lanjut sebagai bahan kajian pustaka atau referensi dalam penelitian lanjutan mengenai topik yang sejenis.

b) Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran berupa masukan kepada Bank Syariah khususnya Bank Syariah Mandiri Cabang Cibinong, Bogor dalam upaya mengembangkan perbankan syariah di Indonesia.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Kerangka Teori

2.1.1 Perilaku Konsumen

Loudon dan Bitta (dalam Dwiastuti, 2012) mendefinisikan perilaku konsumen, adalah sebagai berikut.

Consumer behavior may be defined as decision process and physical activity individuals engage in when evaluating, acquiring, using or disposing of good and services. (Perilaku konsumen dapat didefinisikan sebagai proses pengambilan keputusan dan aktivitas individu secara fisik yang dilibatkan dalam proses mengevaluasi, memperoleh, menggunakan atau dapat mempergunakan barang-barang dan jasa).

Sedangkan Engel et all berpendapat bahwa

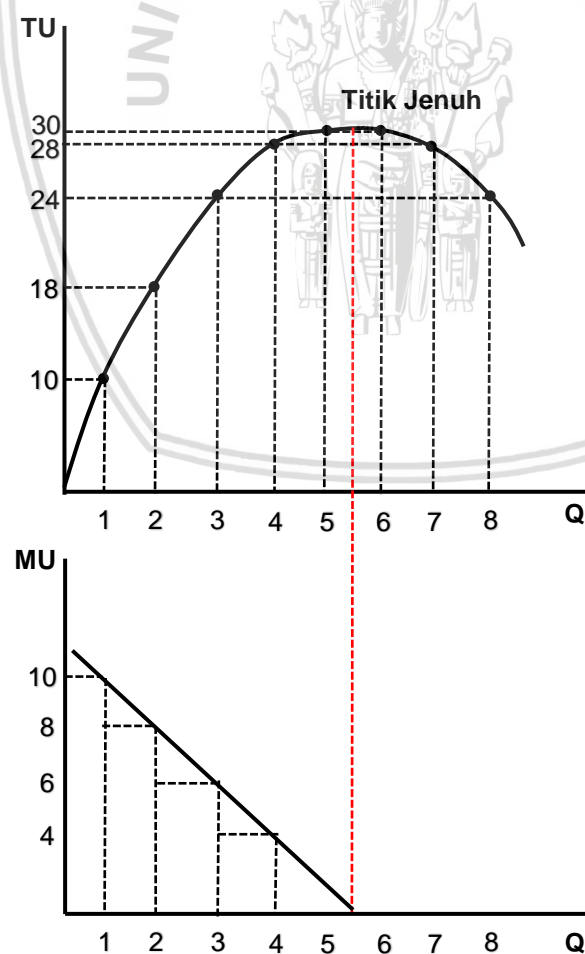
Consumer behavior is defined as the acts of individuals directly involved in obtaining and using economics good services including the decision process that precede and determine these acts (Perilaku konsumen didefinisikan sebagai tindakan-tindakan individu yang secara langsung terlibat dalam usaha memperoleh dan menggunakan barang-barang jasa ekonomis termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului dan menentukan tindakan-tindakan tersebut).

Sehingga dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumen ialah suatu tindakan individu secara nyata yang dipengaruhi oleh berbagai aspek dalam memperoleh dan menggunakan barang atau jasa yang diinginkan. Dalam perilaku konsumen, yang mempengaruhi tingkah laku konsumen dalam memuaskan diri dapat dijelaskan dengan teori kegunaan/*utility*. Teori kegunaan ini didasari dengan dua pendekatan yaitu (Rusmijati, 2017) :

1. Teori *utility*/kepuasan itu dapat di ukur. Teori ini disebut sebagai *Cardinal Utility*. *Cardinal Utility* adalah suatu pendekatan terkait tingkat kepuasan konsumen yang dapat diukur dengan angka. Dalam teori ini terdapat dua pengertian yaitu *Total Utility* dan *Marginal Utility*. *Total utility* adalah jumlah kepuasan yang diperoleh konsumen karena mengkonsumsi berbagai

jumlah barang. *Marginal Utility* (MU) adalah tambahan nilai guna total sebagai akibat tambahan satu unit barang yang dikonsumsi dalam satu waktu. Seseorang mengonsumsi suatu komoditi karena komoditi tersebut dapat memberikan manfaat, guna, kepuasan atau utilitas. Semakin banyak jumlah yang dikonsumsi maka semakin tinggi kepuasan yang dinikmatinya, tetapi dari setiap unit komoditi yang dikonsumsi, tambahan utilitas akan semakin menurun. (Multifiah, 2011). Jadi ketika *marginal utility* nol, pada saat itulah *total utility* mencapai titik maksimum dan ketika *marginal utility* negatif, *total utility* akan mengalami penurunan. Adapun hubungan *total utility* dan *marginal utility* dapat dijelaskan pada gambar 2.1.

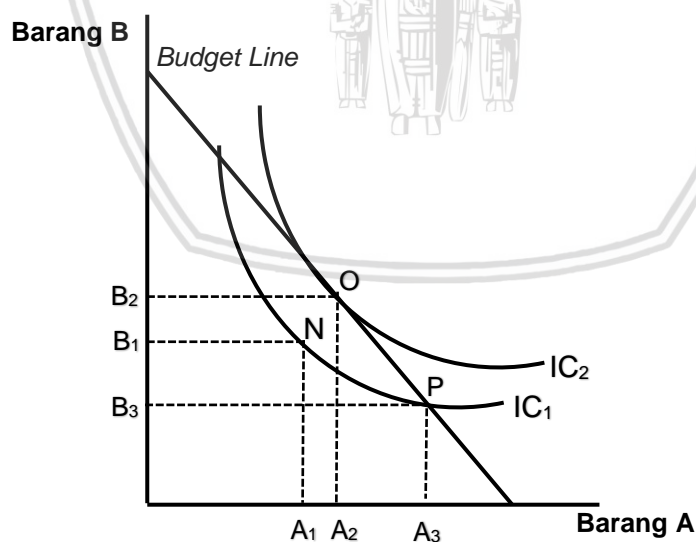
Gambar 2.1 : Kurva *Total Utility* dan *Marginal Utility*



Sumber : Multifiah, 2011

2. Teori kegunaan/*utility* yang diukur secara urutan-urutan. Teori ini disebut sebagai teori *ordinal*. Teori ordinal ini dalam pendekatannya hanya membuat daftar urutan-urutan/rangking dari tingkat kepuasan yang diperoleh individu tersebut. Tingkat kepuasan disini tidak diukur seperti pada pendekatan *cardinal*, tetapi hanya melalui urutan-urutan. Dalam memahami pendekatan teori *ordinal* ini dapat menggunakan *indifference curve*. *Indifference curve* adalah kurva yang memberikan gambaran mengenai preferensi dalam mengonsumsi suatu barang. Dalam *indifference curve* menunjukkan kepuasan yang diperoleh konsumen dalam mengonsumsi kombinasi antara barang A dengan barang B ketika memberikan tingkat kepuasan yang sama dalam kegiatan mengonsumsinya tersebut.

Gambar 2.2 : **Indifference Curve**



Sumber : Pindyck dan Rubinfeld, 2012

Pada (gambar 2.2), dapat di lihat bahwa ketika seseorang mengonsumsi barang A dan B dan titik kepuasannya berada pada titik N dan P, tingkat kepuasan yang diperoleh seseorang tersebut sama karena terletak dalam satu garis kurva (garis IC_1). Sedangkan ketika seseorang tersebut dalam mengonsumsi barang A dan B dan mencapai titik kepuasannya di titik O, maka tingkat kepuasannya mengalami peningkatan dan mencapai titik maksimum karena dibersinggungan dengan budget line (tingkat pendapatan dan harga barang).

Dari penjabaran mengenai perilaku konsumen, Pindyck dan Rubinfeld (2012) juga berpendapat bahwa untuk memahami perilaku konsumen terdapat tiga langkah sebagai berikut :

1. Preferensi/selera

Seseorang dalam menentukan pilihan untuk menggunakan barang dan jasa tentu atas berbagai pertimbangan, maka dari itu dalam teori perilaku konsumen ini mencoba untuk menggambarkan alasan seseorang memilih satu produk daripada produk lainnya (preferensi terhadap suatu barang).

2. Kendala Anggaran

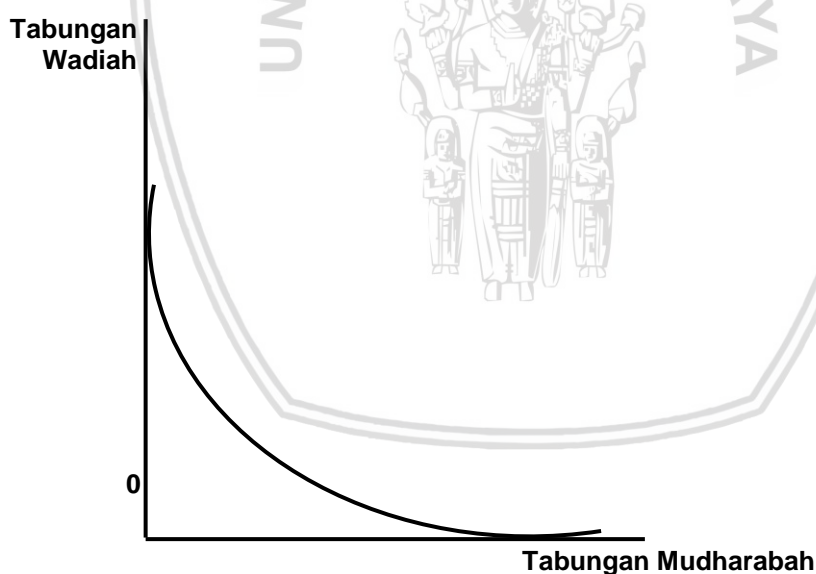
Seperti yang telah dijabarkan sebelumnya bahwa seseorang dalam menentukan pilihan untuk menggunakan/memperoleh barang dan jasa atas berbagai pertimbangan salah satunya ialah harga. Pada langkah ini teori perilaku konsumen menggambarkan bahwa konsumen memiliki batasan pendapatan sehingga ia tidak dapat membeli produk dengan kuantitas yang banyak.

3. Pilihan konsumen

Dengan adanya preferensi dan pendapatan yang terbatas, seseorang (konsumen) memilih untuk membeli atau menggunakan barang dan jasa guna memaksimalkan kepuasan tetapi tetap pada berbagai pertimbangan diantaranya selera dan harga atas barang dan jasa tersebut.

Terkait perilaku konsumen dalam menabung, seseorang akan dihadapkan pada pilihan yaitu menabung pada produk tabungan mudharabah atau wadiah. Hal itu ditunjukkan pada (gambar 2.3).

Gambar 2.3 : **Pilihan Untuk Memilih Produk Tabungan Mudharabah di Bank Syariah**



Sumber : Pindyck dan Rubinfeld dan di olah Penulis, 2017

Dari gambar 2.3 dapat dijabarkan bahwa ketika seseorang ingin memutuskan untuk menabung di bank syariah maka ia akan dihadapkan oleh dua pilihan yaitu memilih produk tabungan mudharabah atau wadiah. Ketika seseorang memilih untuk menabung pada produk tabungan mudharabah maka ia tidak memilih

produk tabungan wadiah, begitu pun sebaliknya ketika seseorang memilih produk tabungan wadiah maka ia tidak memilih produk tabungan mudharabah di bank syariah. Dalam menentukan pilihannya tersebut, ia tentu didasarkan pada berbagai pertimbangan (preferensi).

2.1.2 Preferensi Menabung

2.1.2.1 Preferensi

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, preferensi ialah pilihan, kecenderungan, kesukaan. Menurut Simamora (2007) disebutkan bahwa ada beberapa langkah yang harus dilalui sampai konsumen membentuk preferensi, yaitu:

- a. Pertama, diasumsikan bahwa konsumen melihat produk sebagai sekumpulan atribut. Konsumen yang berbeda memiliki persepsi yang berbeda tentang atribut apa yang relevan.
- b. Kedua, tingkat kepentingan atribut berbeda-beda sesuai dengan kebutuhan dan keinginan masing-masing. Konsumen memiliki penekanan yang berbeda-beda dalam atribut apa yang paling penting.
- c. Ketiga, konsumen mengembangkan sejumlah kepercayaan tentang letak produk pada setiap atribut.
- d. Keempat, tingkat kepuasan konsumen terhadap produk akan beragam sesuai dengan perbedaan atribut.
- e. Kelima, konsumen akan sampai pada sikap terhadap merek berbeda melalui prosedur evaluasi.

Menurut Pindyck (2012), terkait hubungan antara pilihan rasional terhadap preferensi dalam membuat serta menyusun ranking terdapat tiga sifat dasar diantaranya :

1. Kelengkapan

Ketika seseorang dihadapkan pada dua pilihan barang/jasa yaitu A dan B dan seseorang tersebut lebih menyukai A dibandingkan dengan B maka seseorang itu akan memilih A daripada B dan begitupun sebaliknya.

2. Transitivitas

Transitivitas berarti bahwa jika seseorang konsumen lebih memilih A daripada B dan memilih B daripada C, maka seseorang tersebut memilih A karena A lebih disukai daripada C.

3. Banyak lebih baik daripada sedikit

Barang diasumsikan memberikan manfaat. Jadi, konsumen selalu menyukai banyak barang/manfaat daripada sedikit barang/manfaat, karena konsumen tidak pernah merasa terpuaskan, semakin banyak manfaat atau jumlah dari barang yang dikonsumsi maka barang atau jasa tersebut akan menjadi pilihan konsumen untuk dikonsumsi.

2.1.2.2 Preferensi Menabung Menurut Ekonomi Islam

Terkait penjelasan mengenai pilihan konsumen dalam ekonomi konvensional, seseorang cenderung memilih untuk memperoleh kepuasan pada kegiatan konsumsinya. Berbeda dengan ekonomi konvensional, dimana dalam Ekonomi Islam yang menjadi tujuan atas kegiatan konsumsinya ialah kecenderungan agar mendapatkan kemashlahatan. Menurut P3EI (2015), dalam kemashlahatan terdapat berkah dan manfaat sehingga dalam melakukan konsumsi seseorang akan mempertimbangkan manfaat dan berkah apa yang dihasilkan dari konsumsinya tersebut. Seseorang akan merasakan manfaat dari konsumsinya ketika ia mendapatkan pemenuhan kebutuhan secara material/fisik serta seseorang akan mendapatkan berkah jika barang atau jasa yang dikonsumsi sesuai dengan syariat Islam. Maka dari itu, jika kita banyak mengonsumsi barang

atau jasa yang memiliki manfaat dan berkah maka *mashlahah* yang kita dapat juga akan semakin banyak, hal itu dapat diformulasikan sebagai berikut :

$$M = F + B$$

Dimana, M = Mashlahah

F = Manfaat

B = Berkah

Terkait hubungan antara perilaku konsumen dengan preferensi maka dilakukan modifikasi terhadap formulasi/rumus *mashlahah* yaitu sebagai berikut.

$$M = F(1+\beta_i p)^{\delta y}$$

Dimana, M = Mashlahah

F = Manfaat

β_i = Frekuensi Kegiatan

p = pahala per unit

δ = Koefisien Perhatian (Besarnya adalah 0 dan 1)

y = Koefisien Preferensi (Kisaran Nilai y adalah $0 < y < 2$)

Dari rumus/formasi diatas bahwa ditunjukkan ketika seseorang mengonsumsi suatu barang atau jasa yang tidak memiliki pahala (mengonsumsi barang haram) maka seseorang tersebut hanya akan mendapatkan manfaat didunia saja (manfaat fisik) tetapi sebaliknya jika seseorang itu mengonsumsi barang atau jasa yang memiliki pahala maka ia akan memperoleh manfaat didunia, berkah serta kemaslahatan. Oleh karena itu, apabila seseorang dalam mengonsumsi menaruh perhatian terhadap *mashlahah* dan mengonsumsi barang/jasa yang halal untuk

memenuhi kebutuhannya maka semakin sering seseorang mengonsumsi barang/jasa tersebut membuat semakin banyak pula masalah yang didapatnya.

Selain itu, terkait kegiatan menabung bahwa pendapatan tidak seluruhnya digunakan untuk konsumsi melainkan disisihkan untuk kegiatan menabung (Januar, 2016). Kegiatan menabung itu sangatlah perlu, dimana Allah berfirman dalam surat Al Isra ayat 27 dan 29 Allah SWT berfirman :

إِنَّ الْمُبَذِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيْطَانِ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا ﴿٢٧﴾ وَلَا تَجْعَلْ يَدَكَ

مَغْلُولَةً إِلَىٰ عُنُقِكَ وَلَا تَبْسُطْهَا كُلَّ الْبَسْطِ فَتَقْعُدَ مَلُومًا مَّحْسُورًا ﴿٢٩﴾

Artinya : (27) Sesungguhnya pemboros-pemboros itu adalah saudara-saudara syaitan dan syaitan itu adalah sangat ingkar kepada Tuhannya (29) Dan janganlah kamu jadikan tanganmu terbelenggu pada lehermu dan janganlah kamu terlalu mengulurkannya karena itu kamu menjadi tercela dan menyesal.

Dari surah Al Isra ayat 27 dan 29 tersebut dapat kita simpulkan bahwa Allah SWT melarang umatnya (muslim) untuk bersikap boros atau menghambur-hamburkan uang, maka dari itu secara tidak langsung Allah SWT menganjurkan kepada kita sebagai umatnya untuk menabung agar memperoleh kemaslahatan sehingga kelak kita diterima disurganya Allah SWT. Selain itu Allah juga berfirman dalam surah Yusuf ayat 47 dan 48 yang berbunyi :

قَالَ تَزْرَعُونَ سَبْعَ سِنِينَ دَأَبًا فَمَا حَصَدْتُمْ فَذَرُوهُ فِي سُنْبُلِهِ إِلَّا قَلِيلًا مِّمَّا تَأْكُلُونَ

﴿٤٧﴾ ثُمَّ يَأْتِي مِنْ بَعْدِ ذَلِكَ سَبْعٌ شِدَادٌ يَأْكُلْنَ مَا قَدَّمْتُمْ لَهُنَّ إِلَّا قَلِيلًا مِّمَّا تُخْصِنُونَ ﴿٤٨﴾

Artinya : (47) Yusuf berkata: "Supaya kamu bertanam tujuh tahun (lamanya) sebagaimana biasa; maka apa yang kamu tuai hendaklah kamu biarkan dibulirnya kecuali sedikit untuk kamu makan. (48) Kemudian sesudah itu akan datang tujuh tahun yang amat sulit, yang menghabiskan apa yang kamu simpan untuk menghadapinya (tahun sulit), kecuali sedikit dari (bibit gandum) yang kamu simpan.

Dalam surah Yusuf ayat 47 dan 48 bila dikaitkan dengan preferensi menabung, secara tidak langsung bahwa kita sebagai umat Muslim dianjurkan oleh Allah SWT untuk menyimpan sebagian pendapatan kita untuk kebutuhan dimasa yang akan datang. Oleh sebab itu, jika kita menabung serta mempertimbangkan manfaat dan berkah, maka mashlahah yang kita dapat juga akan semakin banyak dari aktivitas menabung yang kita lakukan tersebut. Terkait dengan preferensi menabung, ketika kita ingin menyalurkan dana kita ke bank (menabung) harus senantiasa juga melihat mashlahah apa yang kita dapatkan dari transaksi yang dilakukan agar kelak kita memperoleh falah (kehidupan yang mulia serta sejahtera didunia dan diakhirat).

2.1.3 Perbankan Syariah

2.1.3.1 Pengertian Bank Syariah

Bank syariah adalah lembaga keuangan/perbankan yang operasionalnya dan produknya dikembangkan berlandaskan pada Al Qur'an dan Hadist (Muhamad, 1987). Menurut Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008, bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan Prinsip Syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah.

2.1.3.2 Perbedaan Perbankan Syariah dengan Perbankan Konvensional

Adapun yang membedakan antara perbankan syariah dengan perbankan konvensional ialah sebagai berikut (Tabel 2.1).

Tabel 2.1 : Perbedaan Bank Syariah dengan Bank Konvensional

Bank Syariah	Bank Konvensional
1. Melakukan investasi-investasi yang halal saja.	1. Investasi yang halal dan haram.
2. Berdasarkan prinsip bagi hasil, jual beli atau sewa.	2. Memakai perangkat bunga
3. Profit dan <i>falah oriented</i> .	3. <i>Profit oriented</i> .
4. Hubungan dengan nasabah dalam bentuk hubungan kemitraan.	4. Hubungan dengan nasabah dalam bentuk hubungan debitor-debitor.
5. Penghimpunan dan penyaluran dana harus sesuai dengan fatwa Dewan Pengawas Syariah.	5. Tidak terdapat dewan sejenis

Sumber : Antonio, 2001

Dari tabel 2.1 dapat kita simpulkan bahwasannya terdapat perbedaan antara perbankan syariah dengan perbankan konvensional yaitu dalam penentuan keuntungan, penentuan investasi dan orientasi dari usahanya. Pada perbankan konvensional dalam menentukan keuntungannya berdasarkan bunga dan orientasi atas usahanya cenderung bersifat *profit oriented* berbeda dengan perbankan syariah dimana dalam menentukan keuntungannya, perbankan syariah berdasarkan prinsip bagi hasil, sewa, atau jual beli serta orientasi dari perbankan syariah ialah *profit oriented* serta *falah oriented* yaitu kehidupan yang mulia serta sejahtera didunia dan diakhirat (P3EI, 2015).

2.1.3.3 Produk Penghimpunan Dana Bank Syariah

Bank syariah memiliki berbagai macam produk penghimpunan dana yang ditawarkan kepada nasabah salah satunya ialah tabungan. Adapun menurut Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang perbankan, yang dimaksud dengan tabungan adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat tertentu yang disepakati. Sedangkan yang dimaksud dengan tabungan syariah ialah tabungan yang dijalankan dengan berdasarkan prinsip-prinsip syariah. Menurut Ascarya (2003), produk penghimpunan dana (tabungan) yang disediakan oleh bank syariah tersebut didasarkan atas dua prinsip diantaranya ialah prinsip *wadiah* (titipan) dan prinsip *mudharabah* (bagi hasil).

1. Prinsip *Wadiah*

Secara umum *wadi'ah* adalah titipan murni dari pihak penitip (*muwaddi*) yang mempunyai barang/aset kepada pihak penyimpan (*mustawda*) yang diberi amanah atau kepercayaan, baik individu maupun badan hukum, tempat barang yang dititipkan harus dijaga dari kerusakan, kerugian, keamanan dan keutuhannya serta dikembalikan kapan saja sesuai kehendak penyimpan. *Wadi'ah* dibedakan menjadi dua yaitu :

a) *Wadi'ah yad Amanah*

Yaitu akad titipan barang atau aset dimana pihak penyimpan tidak diperbolehkan menggunakan atau memanfaatkan barang atau aset yang dititipkan, melainkan hanya menjaganya. Selain itu, barang atau aset yang dititipkan tidak boleh dicampuradukkan dengan barang atau aset lain, melainkan harus dipisahkan. Pada prinsip ini, pihak penyimpan tidak diharuskan bertanggung jawab jika sewaktu dalam penitipan terjadi kehilangan atau kerusakan pada barang atau aset titipan, selama hal ini bukan akibat dari kelalaian atau kecerobohan yang bersangkutan dalam memelihara barang atau aset titipan tersebut. Dalam prinsip ini, biaya penitipan boleh dibebankan kepada pihak penitip sebagai kompensasi atas tanggung jawab pemeliharaan.

b) *Wadi'ah yad Dhamanah*

lalah akad titipan barang atau aset dimana pihak penyimpan diperbolehkan menggunakan atau memanfaatkan barang atau aset yang dititipkan. Pada prinsip ini, pihak penyimpan bertanggung jawab atas segala kerusakan atau kehilangan yang terjadi pada barang atau aset titipan. Dengan prinsip ini, pihak penyimpan boleh mencampur aset titipan dengan aset uang dimiliki oleh pihak penyimpan atau aset penitip lainnya dan kemudian digunakan untuk tujuan produktif yaitu mencari keuntungan. Pihak penyimpan berhak atas keuntungan yang diperoleh dari pemanfaatan aset titipan dan bertanggung jawab penuh atas risiko kerugian yang mungkin timbul. Tidak hanya itu, pihak penyimpan juga diperbolehkan atas kehendaknya sendiri

untuk memberikan bonus kepada pemilik aset tanpa akad perjanjian yang mengikat sebelumnya.

Prinsip *wadiah* yang diterapkan pada produk penghimpunan dana dalam bentuk tabungan ialah *wadiah yad dhamanah*. Sehingga pihak bank dapat memanfaatkan harta titipan tersebut tetapi tetap pihak bank harus bertanggung jawab atas keutuhan titipan dana dari nasabah. Adapun menurut Karim (2010) ketentuan umum dari produk ini ialah :

- a) Keuntungan atau kerugian dari penyaluran dana menjadi hak milik pihak bank, sedangkan pemilik dana tidak dijanjikan memperoleh imbalan dan tidak menanggung kerugian. Bank dimungkinkan memberikan bonus kepada pemilik dana tetapi tidak boleh diperjanjikan dimuka.
- b) Bank harus membuat akad pembukaan rekening yang isinya mencakup izin penyaluran dana yang disimpan dan persyaratan lain yang disepakati selama tidak bertentangan dengan prinsip syariah, dll.

2. Prinsip *Mudharabah*

Mudharabah atau penanaman modal ialah penyerahan modal uang kepada orang yang berniaga sehingga ia mendapatkan persentase keuntungan. Ascarya (2013) berpendapat bahwa *mudharabah* adalah prinsip bagi hasil ketika pemilik dana/modal biasanya sering disebut *shahibul maal* menyediakan modal seluruhnya (100 persen) kepada pengusaha sebagai pengelola (*mudharib*), untuk melakukan aktivitas produktif dengan syarat bahwa keuntungan yang dihasilkan akan dibagi diantara mereka sesuai dengan kesepakatan yang telah ditentukan sebelumnya dalam akad. Berdasarkan kewenangan yang diberikan oleh

penyalur dana (nasabah) prinsip *mudharabah* sendiri dibedakan menjadi dua yaitu :

- a) *Mudharabah Al-Muthlaqah* adalah bentuk kerjasama antara pemilik modal (*shahibul maal*) dengan pengelola modal (*mudharib*) dimana bank sebagai *mudharib* memiliki kebebasan mutlak dalam pengelolaan dana yang di investasikannya.
- b) *Mudharabah Al-Muqayyadah* adalah bentuk kerjasama antara pemilik modal (*shahibul maal*) dengan pengelola modal (*mudharib*) dimana bank selaku *mudharib* menginvestasikan dana nasabah ke dalam suatu proyek tertentu yang diinginkan nasabah. Jangka waktu investasi dan bagi hasil disepakati bersama.

Salah satu produk pengimpunan dana yang menggunakan prinsip *mudharabah* ialah produk Tabungan Mudharabah pada Bank Syariah Mandiri. Tabungan Mudharabah merupakan tabungan harian yang menggunakan mata uang rupiah. Rekening tabungan ini menggunakan prinsip *mudharabah* yaitu *mudharabah muthlaqah*, dimana pihak bank memiliki kebebasan dalam menginvestasikan dana para nasabahnya. Produk Tabungan Mudharabah ini dapat dibuat baik perorangan maupun non perorangan (lembaga, organisasi, perkumpulan, dll). Adapun ketentuan menurut Karim (2010) diantaranya :

1. Bank wajib memberitahukan kepada pemilik dana mengenai nisbah dan tata cara pemberitahuan keuntungan serta pembagian keuntungan secara risiko yang dapat ditimbulkan dari penyimpanan dana. Apabila telah tercapai kesepakatan, maka hal tersebut harus dicantumkan dalam akad.

2. Untuk tabungan *mudharabah*, bank dapat memberikan buku tabungan sebagai bukti penyimpanan, serta kartu ATM atau alat penarikan lainnya kepada penabung.
3. Tabungan *mudharabah* dapat diambil setiap saat oleh pemilik dana (penabung) sesuai dengan perjanjian yang disepakati, namun tidak diperkenankan mengalami saldo negatif.
4. Ketentuan-ketentuan yang lain sepanjang tidak bertentangan dengan prinsip syariah.

2.1.4 Risiko Dalam Investasi

Uang adalah segala sesuatu yang dapat dipakai atau diterima untuk melakukan pembayaran baik barang maupun jasa (Nopirin, 1986). Adapun secara umum motif seseorang memegang uang adalah sebagai berikut (Boediono, 1988).

1. Motif Transaksi dan Berjaga-Jaga

Dalam teorinya, Keynes mengatakan bahwa orang memegang uang bertujuan untuk memenuhi dan melancarkan transaksi-transaksi yang dilakukan. Selain itu, Keynes juga membedakan bahwa permintaan akan uang bertujuan untuk melakukan pembayaran suatu keperluan yang diluar dari rencana transaksi normal misal pembayaran keadaan darurat seperti sakit, kecelakaan dll. Motif itu disebut sebagai motif berjaga-jaga.

2. Motif Spekulasi

Menurut Keynes, unsur yang ketiga dari permintaan akan uang yaitu permintaan uang untuk tujuan spekulasi. Sesuai dengan namanya bahwa pada motif ini pemegang uang memiliki tujuan dalam memegang uang tersebut guna memperoleh keuntungan dari uang tersebut.

Sebelumnya telah dijelaskan bahwa seseorang melakukan permintaan akan uang yaitu salah satunya untuk tujuan spekulasi, hal itu secara tidak langsung berarti menyamakan antara uang dengan modal guna memperoleh keuntungan. Padahal terdapat perbedaan yang menjelaskan antara uang dengan modal tersebut. Hal itu ditunjukkan pada tabel 2.2.

Tabel 2.2 : **Perbedaan antara Uang dengan Modal**

Modal	Uang
Modal adalah <i>private good</i> .	Uang adalah <i>public good</i> .
Modal merupakan <i>stock concept</i> .	Uang merupakan <i>flow concept</i> .

Sumber : Anto, 2003

Dari tabel 2.2 dapat dilihat bahwa uang ialah suatu benda publik, dimana seluruh masyarakat dapat menggunakannya tanpa mencegah pihak lain untuk menggunakannya juga. Jika seseorang menahan uangnya, maka secara tidak langsung berarti ia telah menghalangi pihak lain untuk memanfaatkan uang tersebut. Uang yang diam tidak akan menghasilkan apapun. Uang tidak akan memberikan manfaat jika tidak digunakan untuk kegiatan ekonomi salah satunya dengan Investasi.

Investasi adalah menempatkan uang atau dana dengan harapan untuk memperoleh tambahan atau keuntungan tertentu dari uang atau dana tersebut Menurut Ahmad (Ahmad, 1996). Sedangkan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, investasi adalah penanaman modal atau uang pada suatu perusahaan atau proyek dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan. Dalam islam bentuk investasi atau kerjasama usaha diantaranya ialah musyarakah dan mudharabah, kedua bentuk investasi tersebut menggunakan prinsip bagi hasil atau PLS (*Profit Loss Sharing*). Prinsip ini pada penerapannya tidak memberikan kepastian pendapatan (*return*), baik dari segi jumlah maupun waktunya. Meskipun nisbah

bagi hasil telah disepakati diawal, tetapi perolehan riil dari bagi hasil ini baru diketahui setelah dana benar-benar menghasilkan. Dengan demikian sebelum seseorang menyepakati suatu nisbah harus memperhatikan tiga faktor diantara ialah *share on partnership*, *expected return* dan *expected risk*. Adapun menurut Saputra dan Anastasia (2013), tujuan seseorang melakukan investasi (bagi hasil) adalah memaksimalkan *return* (tingkat pengembalian). Imbal hasil (return) yang diharapkan akan terkait dengan tingkat risiko yang harus ditanggung.

Menurut Ahmad (1996), risiko didefinisikan sebagai kemungkinan untuk luka, rusak atau hilang. Sedangkan menurut Halim (2003) mengatakan bahwa risiko ialah besarnya penyimpangan antara tingkat pengembalian yang diharapkan dengan tingkat pengembalian yang di capai secara nyata. Dari definisi tersebut, dapat dilihat bahwa dalam suatu risiko terdapat atau mengandung beberapa dimensi diantaranya ialah biaya peluang, potensi kerugian, ketidakpastian dan diperolehnya hasil yang tidak sesuai dengan harapan (Ahmad, 1996).

Menurut Wahyudi dkk (2013), dalam islam tiap usaha tentu ada risiko kerugian, pelaku usaha harus siap jika ingin memperoleh keuntungan/imbal hasil dari usaha tersebut. Dalam bank syariah seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya bahwa produk tabungan di bank syariah dibedakan menjadi dua macam diantaranya ialah wadiah dan mudharabah. Adapun produk tabungan wadiah ialah produk tabungan dimana nasabah hanya sebatas menitipkan dananya kepada pihak bank, tetapi jika pihak bank memanfaatkan dana wadiah tersebut, bank diperbolehkan memberikan bonus yang sifatnya tidak wajib berbeda dengan produk tabungan mudharabah yang merupakan produk tabungan yang sifatnya Natural Uncertainty Contracts, dimana bagi hasil yang diberikan tidak pasti baik dari jumlah maupun waktu, sehingga ia harus siap menanggung risiko dari dana yang dialokasikan kepada suatu usaha tersebut. Oleh karena itu,

dalam akad *mudharabah*, pemilik modal berhak menerima keuntungan dari bagi hasil yang telah disepakati bersama karena ia juga menanggung risiko atas penggunaan modalnya tersebut untuk dikelola.

2.1.5 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Preferensi Nasabah dalam Memilih Produk Tabungan Mudharabah di Bank Syariah

Terkait penjabaran yang telah dijelaskan sebelumnya maka dari itu penulis menetapkan fokus penelitian faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi nasabah dalam memilih produk tabungan mudharabah di bank syariah yaitu faktor religiusitas, produk bank, pelayanan dan pengetahuan. Berikut penjabaran mengenai keterkaitan antara teori dengan faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi nasabah dalam memilih produk tabungan mudharabah di perbankan syariah :

2.1.5.1 Religiusitas

Religiusitas adalah suatu bentuk hubungan manusia dengan penciptanya melalui ajaran agama yang sudah diwujudkan atau dihayati dalam diri seseorang dan tercermin dalam sikap dan perilaku sehari-hari (Taufiqurrohman, 2017). Adapun menurut Karim (2010) agama islam adalah suatu cara hidup yang membimbing manusia dalam setiap aspek kehidupannya dengan aqidah, syariah dan akhlak. Aqidah ialah suatu keyakinan, keimanan dan kepercayaan seseorang terhadap pencipta seluruh alam termasuk segala isinya. Sehingga, aqidah ini bagaikan suatu pengikat perjanjian yang telah tertanam didalam lubuk hati yang terdalam dan juga dijadikan sebagai pegangan dalam menjalani kehidupan ini. Aqidah ini pula yang memberikan jawaban atau petunjuk mengenai hakikat kehidupan ini, kemana arah kehidupan ini serta apa yang harus dilakukan dalam kehidupan ini.

Selain aqidah juga terdapat aspek syariah, yaitu aturan-aturan dan hukum dalam menentukan garis kehidupan yang harus dilalui oleh umat muslim termasuk didalamnya terdapat perintah beserta larangan yang dibuat oleh Allah SWT dalam menjalani kehidupan ini. Sesuai dengan surah Al Maidah ayat 48 yang berbunyi :

....لِكُلِّ جَعَلْنَا مِنْكُمْ شِرْعَةً وَمِنْهَاجًا....

Artinya :untuk tiap-tiap umat diantara kamu, Kami berikan aturan dan jalan yang terang....

Aspek selanjutnya ialah aspek akhlak, yaitu perilaku dan sikap hidup manusia hasil perwujudan dari aspek aqidah dan syariah. Maka dari itu pada aspek akhlak ini seseorang akan merasa selalu dilihat oleh Allah SWT dalam menjalani kehidupan ini karena Allah mengetahui sekecil apapun perbuatan yang dilakukan oleh seseorang dimana dan kapanpun. Sehingga sudah sepatutnya seseorang menerapkan religiusitas di setiap aspek kehidupannya.

Adapun menurut Glock & Stark dalam (Dalam Ancok, 2008) mengatakan bahwa dalam *religiusitas* terdapat lima dimensi di dalamnya, yaitu:

1. Dimensi keyakinan atau Ideologis

Dimensi keyakinan adalah tingkatan sejauh mana seseorang menerima hal-hal yang dogmatic (keyakinan) dalam agamanya, misalnya kepercayaan kepada Tuhan, malaikat, surga dan neraka. Pada dasarnya setiap agama juga menginginkan adanya unsur ketaatan bagi setiap pengikutnya. Adapun dalam agama yang dianut oleh seseorang, makna yang terpenting adalah kemauan untuk mematuhi aturan yang berlaku dalam ajaran agama yang dianutnya. Jadi dimensi keyakinan lebih bersifat doktriner yang harus ditaati oleh penganut agama.

2. Dimensi praktik agama atau ritualistik

Dimensi praktik agama yaitu tingkatan sejauh mana seseorang mengerjakan kewajiban-kewajiban ritual dalam agamanya. Unsur yang ada dalam dimensi ini mencakup pemujaan, ketaatan, serta hal-hal yang lebih menunjukkan komitmen seseorang dalam agama yang dianutnya. Dimensi praktek dalam agama Islam dapat dilakukan dengan menjalankan ibadah shalat, puasa, zakat, haji ataupun praktek muamalah lainnya.

3. Dimensi pengalaman atau eksperiensial

Dimensi pengalaman adalah perasaan-perasaan atau pengalaman yang pernah dialami dan dirasakan. Misalnya merasa dekat dengan Tuhan, merasa takut berbuat dosa, merasa doanya dikabulkan, diselamatkan oleh Tuhan, dan sebagainya.

4. Dimensi pengetahuan agama atau intelektual

Dimensi pengetahuan agama adalah dimensi yang menerangkan seberapa jauh seseorang mengetahui tentang ajaran-ajaran agamanya, terutama yang ada di dalam kitab suci manapun yang lainnya. Paling tidak seseorang yang beragama harus mengetahui hal-hal pokok mengenai dasar-dasar keyakinan, kitab suci dan tradisi. Dimensi ini dalam Islam meliputi Pengetahuan tentang isi Al-Quran, pokok-pokok ajaran yang harus diimani dan dilaksanakan, hukum Islam dan pemahaman terhadap kaidah-kaidah keilmuan ekonomi Islam/perbankan syariah.

5. Dimensi konsekuensi

Yaitu dimensi yang mengukur sejauh mana perilaku seseorang dimotivasi oleh ajaran-ajaran agamanya dalam kehidupan sosial, misalnya apakah ia mengunjungi tetangganya sakit, menolong orang yang kesulitan, mendermakan hartanya, dan sebagainya.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa indikator dalam religiusitas yang mempengaruhi preferensi nasabah memilih produk tabungan mudharabah di perbankan syariah karena dimensi keyakinan, dimensi praktik agama, dimensi pengalaman, dimensi pengetahuan agama dan dimensi konsekuensi.

2.1.5.2 Produk Bank

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, produk ialah barang atau jasa yang dibuat dan ditambah nilai gunanya dalam proses produksi dan menjadi hasil akhir dari proses produksi itu. Sedangkan menurut Simamora (2003), mendefinisikan produk ialah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke dalam pasar untuk memenuhi kebutuhan serta keinginannya. Sehingga dapat disimpulkan bahwa produk ialah segala sesuatu (jasa atau barang) yang ditawarkan ke dalam pasar untuk dikonsumsi sehingga dapat memenuhi kebutuhannya. Layaknya perusahaan pada umumnya, perusahaan jasa juga menawarkan suatu produk akan tetapi produknya tidak berwujud karena berupa jasa. Bank syariah sebagai lembaga yang memberikan pelayanan di bidang keuangan kepada masyarakat menawarkan produk perbankan baik berupa tabungan maupun pembiayaan yang tentunya sesuai dengan prinsip syariah. Pada produk tabungan itu sendiri terdapat beberapa prinsip yang diterapkan, sebagaimana pemaparan Karim dalam bukunya (2010) bahwa terdapat dua prinsip yang digunakan dalam produk tabungan bank syariah yaitu prinsip wadiah dan mudharabah. Tabungan wadiah adalah tabungan yang dijalankan berdasarkan akad/prinsip wadiah, yakni titipan murni yang harus dijaga dan dikembalikan setiap saat sesuai kehendak pemiliknya, sedangkan tabungan mudharabah adalah tabungan yang dijalankan berdasarkan akad/prinsip mudharabah dimana bank syariah sebagai *mudharib* (pengelola dana) dan nasabah menjadi *shahibul mal* (pemilik dana). Bank syariah dalam kapasitasnya sebagai *mudharib*, mempunyai kuasa untuk melakukan

berbagai macam usaha yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah. Dari hasil pengelolaan dana tersebut, nasabah akan memperoleh bagi hasil yang telah di sepakati.

Selain adanya prinsip pada produk di bank syariah, bank syariah dalam menjalankan aktifitasnya juga membutuhkan biaya administrasi untuk kelancaran operasionalnya. Menurut Kamus Bank Indonesia, biaya administrasi adalah biaya yang dibebankan secara berkala kepada pemegang rekening pada suatu bank, misalnya biaya administrasi rekening koran, iuran tahunan kartu kredit; nasabah mungkin tidak dikenai biaya tersebut jika dapat memelihara saldo minimum tertentu. Biaya administrasi menjadi salah satu bahan pertimbangan nasabah dalam memilih tabungan mudharabah di bank syariah, hal itu sesuai dengan penelitian Ningrum (2017) yang menyatakan bahwa biaya administrasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah menabung di bank syariah yang ada di Kabupaten Sleman, Yogyakarta sehingga penulis beranggapan bahwa biaya administrasi ini juga dapat berpengaruh kepada nasabah dalam memilih produk tabungan mudharabah.

Selain dari sisi bank yang mempengaruhi nasabah dalam memilih produk tabungan, terdapat pertimbangan dalam diri nasabah itu sendiri yang juga ikut berpengaruh. Pada dasarnya seseorang dalam melakukan aktivitas ekonomi baik itu investasi, konsumsi, maupun menabung didasarkan motif ekonomi. Salah satu motif ekonomi ialah mencari keuntungan. Begitupun dalam hal menabung, seseorang selain menyimpan (menabung) uangnya juga dapat memperoleh keuntungan atas aktifitas menabungnya tersebut tetapi tetap keuntungan yang diperolehnya harus sesuai dengan syariat agama islam agar kelak memperoleh mashlahah dari aktifitas yang dilakukannya. Ketika seseorang mengharapkan keuntungan atas aktivitas ekonomi yang dilakukan, ia juga akan melihat besarnya/banyaknya keuntungan yang diperoleh, apakah dengan aktivitas

tersebut dapat memberikan ia keuntungan yang besar/banyak atau bahkan ia tidak memperoleh keuntungan apapun. Besaran keuntungan yang dilihat oleh seseorang di setiap aktivitas ekonominya sesuai dengan yang dipaparkan oleh Pindyck (2012), preferensi seseorang dalam membuat pilihan memiliki sifat dasar salah satunya ialah banyak lebih baik daripada sedikit. Terkait dengan itu, maka seseorang dalam memperoleh atau menginginkan suatu keuntungan akan mempertimbangkan berapa banyak keuntungan yang ia peroleh.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam faktor produk bank yang mempengaruhi nasabah memilih produk tabungan mudharabah di perbankan syariah ialah prinsip atas produk, biaya administrasi, keuntungan dan besaran keuntungan.

2.1.5.3 Pelayanan

Bank syariah adalah lembaga keuangan yang bergerak dibidang jasa dan nasabah adalah tujuan/target utama, karena bank tidak akan pernah hidup tanpa adanya nasabah, sehingga pihak bank harus memberikan pelayanan yang terbaik bagi nasabahnya agar nasabah memperoleh kenyamanan saat bertransaksi di bank syariah. Pelayanan bank syariah yang dimaksud bukan hanya berkaitan dengan pelayanan karyawan kepada nasabah yang terjadi di kantor bank syariah saja. Tapi mencakup kepada aksesibilitas, kredibilitas, kecepatan, ketepatan pencatatan, jaringan kantor yang luas, kelengkapan produk, keamanan dan fasilitas kemudahan atas informasi di bank syariah lainnya (Munthe, 2014).

Adapun menurut Parasuraman, et al. dalam Tjiptono (2000) faktor utama yang menentukan kualitas jasa (pelayanan) adalah :

1. *Reliability*, mencakup dua hal pokok, yaitu konsistensi kerja dan kemampuan untuk dipercaya. Hal ini berarti perusahaan memberikan jasanya secara tepat semenjak pertama.

2. *Responsiveness* yaitu kemauan atau kesiapan para karyawan untuk memberikan jasa yang dibutuhkan pelanggan.
3. *Competence* adalah setiap orang dalam suatu perusahaan memiliki keterampilan dan pengetahuan yang dibutuhkan agar dapat memberikan jasa tertentu.
4. *Acces*, meliputi kemudahan untuk dihubungi dan ditemui. Hal ini berarti lokasi, fasilitas atas jasa yang mudah dijangkau, waktu menunggu yang tidak terlalu lama, dll.
5. *Courtesy*, meliputi sikap sopan santun, perhatian dan keramahan.
6. *Communication*, artinya memberikan informasi kepada pelanggan dalam bahasa yang dapat mereka pahami, serta selalu mendengarkan saran dan keluhan pelanggan.
7. *Credibility*, yaitu sifat jujur dan dapat dipercaya.
8. *Security*, yaitu aman dari bahaya, risiko, dll.
9. *Understanding the costomer* adalah usaha memahami kebutuhan pelanggan.
10. *Tangibles* yaitu bukti fisik dari jasa, bisa berupa fasilitas fisik dll.

Sedangkan menurut Garvin dalam Tjiptono (2000), pelayanan memiliki beberapa dimensi ialah :

1. Kinerja, karakteristik operasi pokok dari produk inti misal kecepatan dll
2. Ciri-ciri (*features*) /keistimewaan tambahan yaitu karakteristik sekunder atau pelengkap.
3. Keandalan adalah kemungkinan kecil akan mengalami kerusakan atau gagal dipakai.
4. Kesesuaian dengan spesifikasi yaitu sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar-standar yang telah ditetapkan sebelumnya.

5. Daya tahan, berkaitan dengan berapa lama suatu produk dapat terus digunakan.
6. *Serviceability*, meliputi kecepatan, kompetensi, kenyamanan yang memuaskan.
7. Estetika yaitu daya tarik produk terhadap paca indera.
8. Kualitas yang dipersepsikan yaitu citra dan reputasi produk.

Sehingga dalam faktor pelayanan yang mempengaruhi nasabah memilih produk tabungan mudharabah di perbankan syariah ialah *security* (aman dari bahaya, risiko dll), *tangibles* (bukti fisik/fasilitas), ciri-ciri/keistimewaan tambahan (*features*), kesesuaian dengan spesifikasi, dan kualitas yang dipersepsikan (reputasi produk).

2.1.5.4 Pengetahuan

Menurut Simamora (2007), seseorang dalam melakukan pembelian suatu produk atau jasa harus melalui beberapa tahapan salah satunya ialah pencarian informasi. Terkait preferensi menabung di bank syariah, ketika calon nasabah ingin menggunakan jasa perbankan syariah, maka ia memerlukan suatu informasi atau pengetahuan mengenai bank syariah yang akan dituju baik dari segi produk, pelayanan dan lain sebagainya, agar kelak baik calon nasabah maupun pihak bank tidak saling dirugikan atau merasa dirugikan.

Menurut Peter dan Olson (1999) membagi 3 jenis pengetahuan produk yaitu :

1. Pengetahuan atribut produk (atribut fisik : deskripsi ciri fisik produk/nyata dan atribut abstrak : deskripsi karakteristik subjektif produk tidak dapat disentuh/tidak nyata).
2. Pengetahuan manfaat produk adalah hasil/manfaat saat produk dibeli dan digunakan atau dikonsumsi, manfaat produk dibedakan menjadi :

- a) Manfaat fungsional adalah manfaat yang dirasakan konsumen secara fisiologis atau secara langsung.
Contoh : minum air putih akan menghilangkan rasa haus.
 - b) Manfaat psikososial adalah merujuk pada aspek psikologis (perasaan, emosi dan mood) dan aspek sosial (persepsi konsumen terhadap bagaimana pandangan orang lain terhadap dirinya) yang dirasakan konsumen setelah mengonsumsi suatu produk.
3. Pengetahuan sebagai pemuas nilai ialah pengetahuan konsumen mengenai nilai simbolis personal produk dan merek. Pemenuhan sebuah nilai biasanya mendapatkan afeksi positif seperti merasa aman, senang dan kepuasan).

Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa dalam faktor pengetahuan yang mempengaruhi preferensi nasabah memilih produk tabungan mudharabah di perbankan syariah dipengaruhi didasarkan oleh pengetahuan atribut produk, pengetahuan manfaat produk dan pengetahuan sebagai pemuas nilai.

2.2 Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian ini, terdapat beberapa penelitian terdahulu yang relevan serta bersangkutan dengan permasalahan yang diteliti serta sebagai bahan rujukan dalam mengembangkan materi yang ada. Penelitian terdahulu tersebut diantaranya ialah :

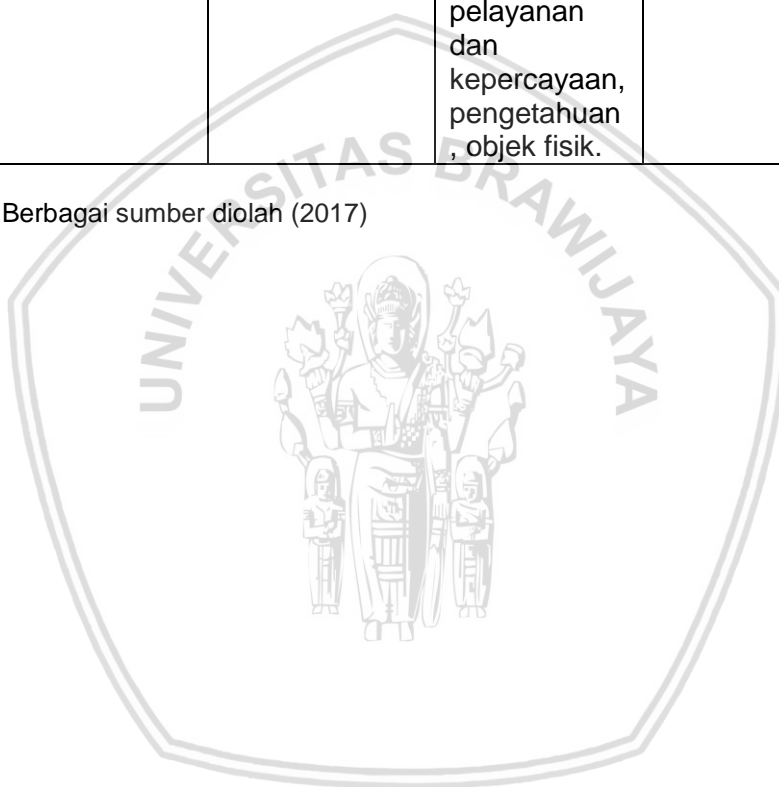
Tabel 2.3 : Penelitian Terdahulu

No	Nama & Tahun	Judul	Jenis Penelitian dan Metode Analisis	Hasil
1.	Padmaninggar (2016)	Analisis Pengaruh Tingkat Religiusitas, Pengetahuan dan Jumlah Uang Saku Terhadap Minat Menabung di Bank Umum Syariah (Studi Pada Mahasiswa S1 Prodi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya)	Penelitian kuantitatif dengan menggunakan uji asumsi klasik, regresi berganda dan uji hipotesis. Variabel: religiusitas, pengetahuan, jumlah uang saku.	Hasil menunjukkan religiusitas, pengetahuan, jumlah uang saku berpengaruh positif terhadap minat menabung mahasiswa Ekonomi Islam Universitas Brawijaya di perbankan syariah
2.	Lestari (2015)	Pengaruh religiusitas, produk bank, kepercayaan, pengetahuan dan pelayanan terhadap preferensi menabung pada perbankan syariah. (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang).	Penelitian kuantitatif dengan menggunakan uji validitas, reliabilitas, dan analisis faktor. Variabel: religiusitas, produk bank, kepercayaan, pengetahuan dan pelayanan.	3. Hasil analisis faktor menunjukkan pengaruh religiusitas terhadap preferensi utama menabung adalah karena kepatuhan agama. 4. Pengaruh produk bank terhadap preferensi utama menabung adalah karena adanya produk yang inovatif. 5. Pengaruh kepercayaan terhadap preferensi utama menabung adalah karena percaya akan kemudahan bertransaksi.

No	Nama & Tahun	Judul	Jenis Penelitian dan Metode Analisis	Hasil
				<p>6. Pengaruh pengetahuan terhadap preferensi utama menabung adalah karena pengetahuan ilmiah.</p> <p>7. Pengaruh pelayanan terhadap preferensi utama menabung adalah pada penggunaan fasilitas yang mudah.</p>
3.	Mukromin (2017)	Pengaruh Religiusitas, Produk Bank, Kepercayaan, Pengetahuan, dan Pelayanan Terhadap Preferensi Menabung Pada Perbankan Syariah (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta).	Penelitian kuantitatif dengan menggunakan uji validitas, reliabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linear berganda, uji hipotesis. Variabel: religiusitas, produk bank, kepercayaan, pengetahuan dan pelayanan.	Variabel kepercayaan dan pelayanan berpengaruh positif terhadap preferensi menabung mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta di perbankan syariah.

No	Nama & Tahun	Judul	Jenis Penelitian dan Metode Analisis	Hasil
5.	Januar (2016)	Keputusan Nasabah Menabung di Perbankan Syariah (Studi Pada Mahasiswa Universitas Brawijaya)	Penelitian kuantitatif dengan menggunakan uji validitas, reliabilitas, logit. Variabel: karakteristik bank, pelayanan dan kepercayaan, pengetahuan, objek fisik.	Variabel pelayanan dan kepercayaan mempunyai pengaruh yang paling dominan terhadap perilaku konsumen menabung dalam menggunakan perbankan syariah.

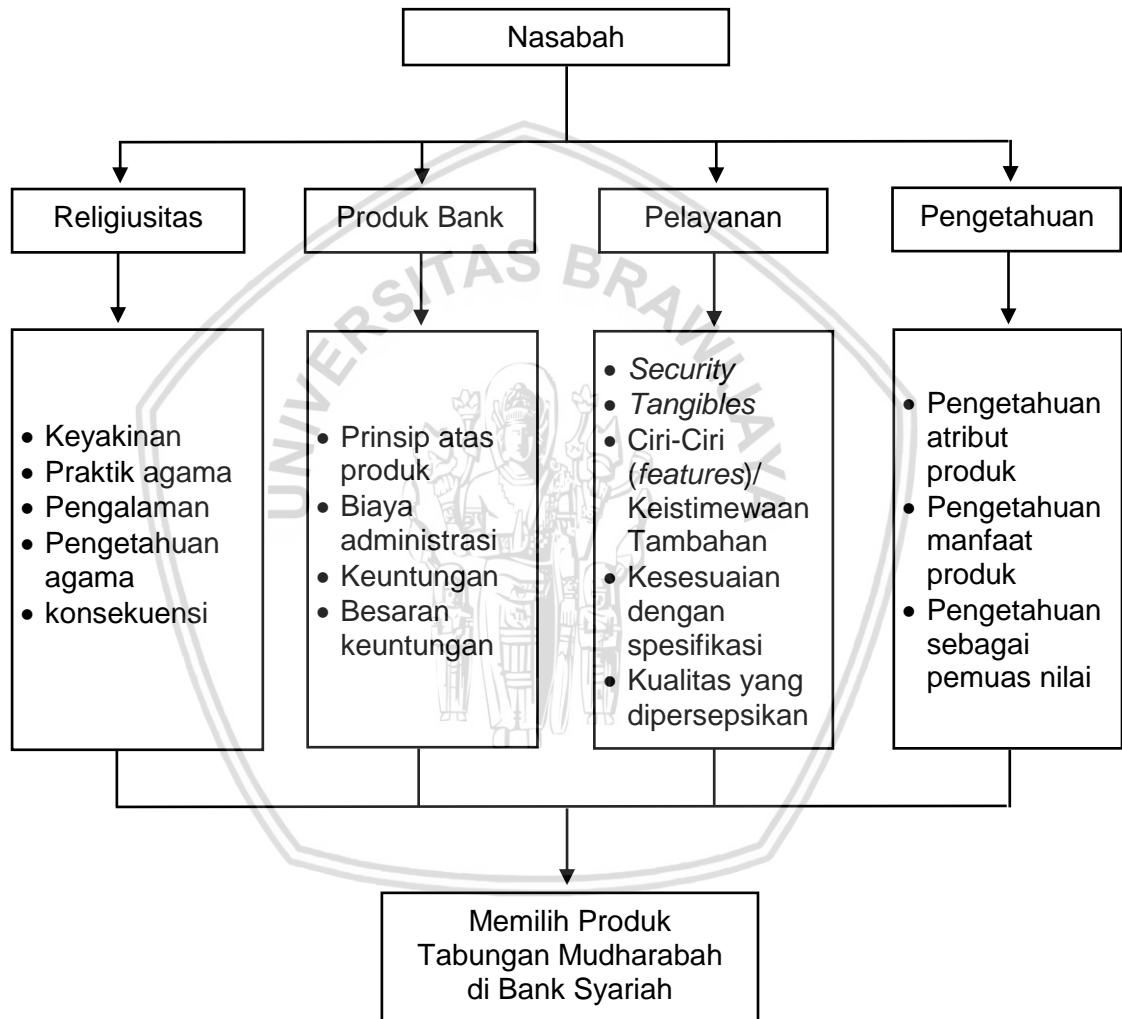
Sumber : Berbagai sumber diolah (2017)



2.3 Kerangka Pikir

Berdasarkan penjabaran teori dan rumusan masalah maka kerangka pikir dalam penelitian ini sebagai berikut :

Gambar 2.4 : **Kerangka Pikir**



Sumber : Hasil Olah Penulis, 2017

2.4 Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data (Sugiyono, 2009). Adapun yang menjadi hipotesis dalam penelilian ini ialah:

Diduga religiusitas, produk bank, pelayanan, dan pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap preferensi nasabah dalam memilih produk tabungan mudharabah di perbankan syariah.



BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Kerangka Teori

2.1.1 Perilaku Konsumen

Loudon dan Bitta (dalam Dwiastuti, 2012) mendefinisikan perilaku konsumen, adalah sebagai berikut.

Consumer behavior may be defined as decision process and physical activity individuals engage in when evaluating, acquiring, using or disposing of good and services. (Perilaku konsumen dapat didefinisikan sebagai proses pengambilan keputusan dan aktivitas individu secara fisik yang dilibatkan dalam proses mengevaluasi, memperoleh, menggunakan atau dapat mempergunakan barang-barang dan jasa).

Sedangkan Engel et al berpendapat bahwa

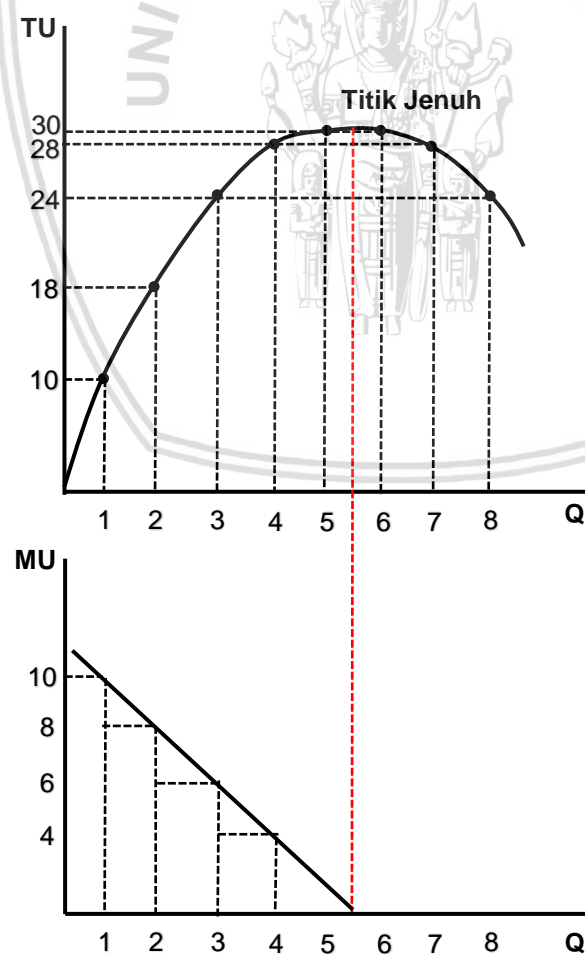
Consumer behavior is defined as the acts of individuals directly involved in obtaining and using economics good services including the decision process that precede and determine these acts (Perilaku konsumen didefinisikan sebagai tindakan-tindakan individu yang secara langsung terlibat dalam usaha memperoleh dan menggunakan barang-barang jasa ekonomis termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului dan menentukan tindakan-tindakan tersebut).

Sehingga dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumen ialah suatu tindakan individu secara nyata yang dipengaruhi oleh berbagai aspek dalam memperoleh dan menggunakan barang atau jasa yang diinginkan. Dalam perilaku konsumen, yang mempengaruhi tingkah laku konsumen dalam memuaskan diri dapat dijelaskan dengan teori kegunaan/*utility*. Teori kegunaan ini didasari dengan dua pendekatan yaitu (Rusmijati, 2017) :

1. Teori *utility*/kepuasan itu dapat di ukur. Teori ini disebut sebagai *Cardinal Utility*. *Cardinal Utility* adalah suatu pendekatan terkait tingkat kepuasan konsumen yang dapat diukur dengan angka. Dalam teori ini terdapat dua pengertian yaitu *Total Utility* dan *Marginal Utility*. *Total utility* adalah jumlah kepuasan yang diperoleh konsumen karena mengkonsumsi berbagai

jumlah barang. *Marginal Utility* (MU) adalah tambahan nilai guna total sebagai akibat tambahan satu unit barang yang dikonsumsi dalam satu waktu. Seseorang mengonsumsi suatu komoditi karena komoditi tersebut dapat memberikan manfaat, guna, kepuasan atau utilitas. Semakin banyak jumlah yang dikonsumsi maka semakin tinggi kepuasan yang dinikmatinya, tetapi dari setiap unit komoditi yang dikonsumsi, tambahan utilitas akan semakin menurun. (Multifiah, 2011). Jadi ketika *marginal utility* nol, pada saat itulah *total utility* mencapai titik maksimum dan ketika *marginal utility* negatif, *total utility* akan mengalami penurunan. Adapun hubungan *total utility* dan *marginal utility* dapat dijelaskan pada gambar 2.1.

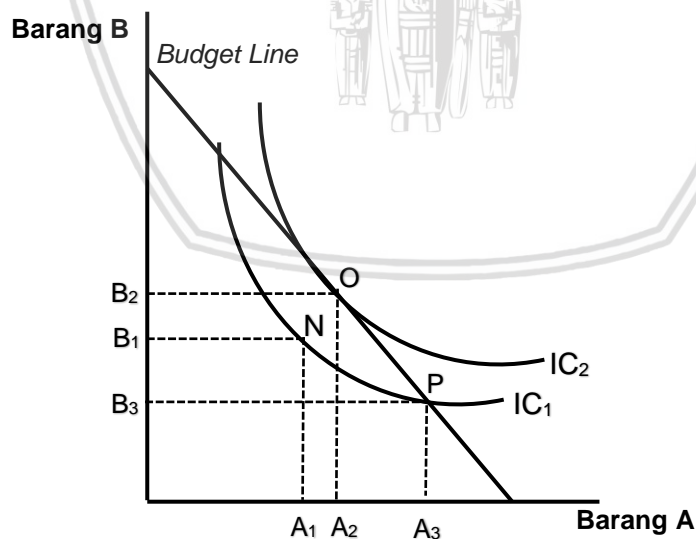
Gambar 2.1 : Kurva *Total Utility* dan *Marginal Utility*



Sumber : Multifiah, 2011

2. Teori kegunaan/*utility* yang diukur secara urutan-urutan. Teori ini disebut sebagai teori *ordinal*. Teori ordinal ini dalam pendekatannya hanya membuat daftar urutan-urutan/rangking dari tingkat kepuasan yang diperoleh individu tersebut. Tingkat kepuasan disini tidak diukur seperti pada pendekatan *cardinal*, tetapi hanya melalui urutan-urutan. Dalam memahami pendekatan teori *ordinal* ini dapat menggunakan *indifference curve*. *Indifference curve* adalah kurva yang memberikan gambaran mengenai preferensi dalam mengonsumsi suatu barang. Dalam *indifference curve* menunjukkan kepuasan yang diperoleh konsumen dalam mengonsumsi kombinasi antara barang A dengan barang B ketika memberikan tingkat kepuasan yang sama dalam kegiatan mengonsumsinya tersebut.

Gambar 2.2 : **Indifference Curve**



Sumber : Pindyck dan Rubinfeld, 2012

Pada (gambar 2.2), dapat di lihat bahwa ketika seseorang mengonsumsi barang A dan B dan titik kepuasannya berada pada titik N dan P, tingkat kepuasan yang diperoleh seseorang tersebut sama karena terletak dalam satu garis kurva (garis IC_1). Sedangkan ketika seseorang tersebut dalam mengonsumsi barang A dan B dan mencapai titik kepuasannya di titik O, maka tingkat kepuasannya mengalami peningkatan dan mencapai titik maksimum karena dibersinggungan dengan budget line (tingkat pendapatan dan harga barang).

Dari penjabaran mengenai perilaku konsumen, Pindyck dan Rubinfeld (2012) juga berpendapat bahwa untuk memahami perilaku konsumen terdapat tiga langkah sebagai berikut :

1. Preferensi/selera

Seseorang dalam menentukan pilihan untuk menggunakan barang dan jasa tentu atas berbagai pertimbangan, maka dari itu dalam teori perilaku konsumen ini mencoba untuk menggambarkan alasan seseorang memilih satu produk daripada produk lainnya (preferensi terhadap suatu barang).

2. Kendala Anggaran

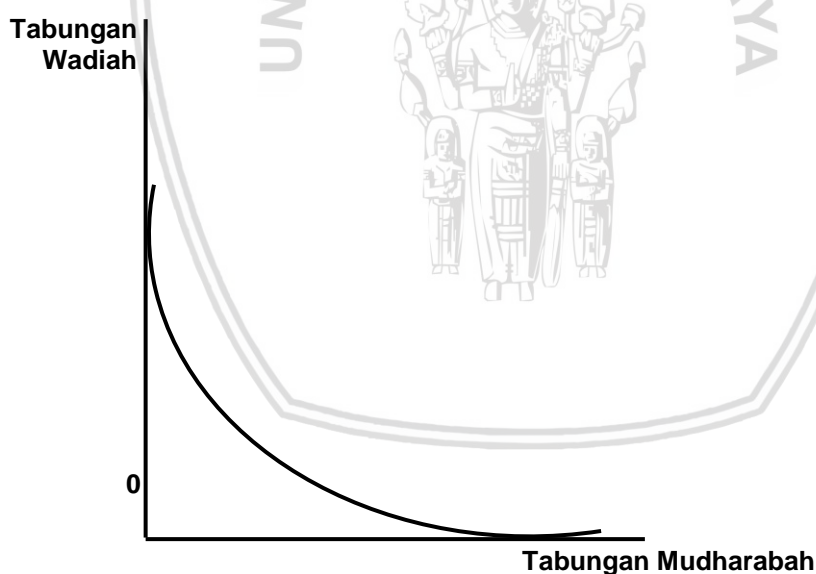
Seperti yang telah dijabarkan sebelumnya bahwa seseorang dalam menentukan pilihan untuk menggunakan/memperoleh barang dan jasa atas berbagai pertimbangan salah satunya ialah harga. Pada langkah ini teori perilaku konsumen menggambarkan bahwa konsumen memiliki batasan pendapatan sehingga ia tidak dapat membeli produk dengan kuantitas yang banyak.

3. Pilihan konsumen

Dengan adanya preferensi dan pendapatan yang terbatas, seseorang (konsumen) memilih untuk membeli atau menggunakan barang dan jasa guna memaksimalkan kepuasan tetapi tetap pada berbagai pertimbangan diantaranya selera dan harga atas barang dan jasa tersebut.

Terkait perilaku konsumen dalam menabung, seseorang akan dihadapkan pada pilihan yaitu menabung pada produk tabungan mudharabah atau wadiah. Hal itu ditunjukkan pada (gambar 2.3).

Gambar 2.3 : **Pilihan Untuk Memilih Produk Tabungan Mudharabah di Bank Syariah**



Sumber : Pindyck dan Rubinfeld dan di olah Penulis, 2017

Dari gambar 2.3 dapat dijabarkan bahwa ketika seseorang ingin memutuskan untuk menabung di bank syariah maka ia akan dihadapkan oleh dua pilihan yaitu memilih produk tabungan mudharabah atau wadiah. Ketika seseorang memilih untuk menabung pada produk tabungan mudharabah maka ia tidak memilih

produk tabungan wadiah, begitu pun sebaliknya ketika seseorang memilih produk tabungan wadiah maka ia tidak memilih produk tabungan mudharabah di bank syariah. Dalam menentukan pilihannya tersebut, ia tentu didasarkan pada berbagai pertimbangan (preferensi).

2.1.2 Preferensi Menabung

2.1.2.1 Preferensi

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, preferensi ialah pilihan, kecenderungan, kesukaan. Menurut Simamora (2007) disebutkan bahwa ada beberapa langkah yang harus dilalui sampai konsumen membentuk preferensi, yaitu:

- a. Pertama, diasumsikan bahwa konsumen melihat produk sebagai sekumpulan atribut. Konsumen yang berbeda memiliki persepsi yang berbeda tentang atribut apa yang relevan.
- b. Kedua, tingkat kepentingan atribut berbeda-beda sesuai dengan kebutuhan dan keinginan masing-masing. Konsumen memiliki penekanan yang berbeda-beda dalam atribut apa yang paling penting.
- c. Ketiga, konsumen mengembangkan sejumlah kepercayaan tentang letak produk pada setiap atribut.
- d. Keempat, tingkat kepuasan konsumen terhadap produk akan beragam sesuai dengan perbedaan atribut.
- e. Kelima, konsumen akan sampai pada sikap terhadap merek berbeda melalui prosedur evaluasi.

Menurut Pindyck (2012), terkait hubungan antara pilihan rasional terhadap preferensi dalam membuat serta menyusun ranking terdapat tiga sifat dasar diantaranya :

1. Kelengkapan

Ketika seseorang dihadapkan pada dua pilihan barang/jasa yaitu A dan B dan seseorang tersebut lebih menyukai A dibandingkan dengan B maka seseorang itu akan memilih A daripada B dan begitupun sebaliknya.

2. Transitivitas

Transitivitas berarti bahwa jika seseorang konsumen lebih memilih A daripada B dan memilih B daripada C, maka seseorang tersebut memilih A karena A lebih disukai daripada C.

3. Banyak lebih baik daripada sedikit

Barang diasumsikan memberikan manfaat. Jadi, konsumen selalu menyukai banyak barang/manfaat daripada sedikit barang/manfaat, karena konsumen tidak pernah merasa terpuaskan, semakin banyak manfaat atau jumlah dari barang yang dikonsumsi maka barang atau jasa tersebut akan menjadi pilihan konsumen untuk dikonsumsi.

2.1.2.2 Preferensi Menabung Menurut Ekonomi Islam

Terkait penjelasan mengenai pilihan konsumen dalam ekonomi konvensional, seseorang cenderung memilih untuk memperoleh kepuasan pada kegiatan konsumsinya. Berbeda dengan ekonomi konvensional, dimana dalam Ekonomi Islam yang menjadi tujuan atas kegiatan konsumsinya ialah kecenderungan agar mendapatkan kemashlahatan. Menurut P3EI (2015), dalam kemashlahatan terdapat berkah dan manfaat sehingga dalam melakukan konsumsi seseorang akan mempertimbangkan manfaat dan berkah apa yang dihasilkan dari konsumsinya tersebut. Seseorang akan merasakan manfaat dari konsumsinya ketika ia mendapatkan pemenuhan kebutuhan secara material/fisik serta seseorang akan mendapatkan berkah jika barang atau jasa yang dikonsumsi sesuai dengan syariat Islam. Maka dari itu, jika kita banyak mengonsumsi barang

atau jasa yang memiliki manfaat dan berkah maka *mashlahah* yang kita dapat juga akan semakin banyak, hal itu dapat diformulasikan sebagai berikut :

$$M = F + B$$

Dimana, M = Mashlahah

F = Manfaat

B = Berkah

Terkait hubungan antara perilaku konsumen dengan preferensi maka dilakukan modifikasi terhadap formulasi/rumus *mashlahah* yaitu sebagai berikut.

$$M = F(1+\beta_i p)^{\delta y}$$

Dimana, M = Mashlahah

F = Manfaat

β_i = Frekuensi Kegiatan

p = pahala per unit

δ = Koefisien Perhatian (Besarnya adalah 0 dan 1)

y = Koefisien Preferensi (Kisaran Nilai y adalah $0 < y < 2$)

Dari rumus/formasi diatas bahwa ditunjukkan ketika seseorang mengonsumsi suatu barang atau jasa yang tidak memiliki pahala (mengonsumsi barang haram) maka seseorang tersebut hanya akan mendapatkan manfaat didunia saja (manfaat fisik) tetapi sebaliknya jika seseorang itu mengonsumsi barang atau jasa yang memiliki pahala maka ia akan memperoleh manfaat didunia, berkah serta kemaslahatan. Oleh karena itu, apabila seseorang dalam mengonsumsi menaruh perhatian terhadap *mashlahah* dan mengonsumsi barang/jasa yang halal untuk

memenuhi kebutuhannya maka semakin sering seseorang mengonsumsi barang/jasa tersebut membuat semakin banyak pula masalah yang didapatnya.

Selain itu, terkait kegiatan menabung bahwa pendapatan tidak seluruhnya digunakan untuk konsumsi melainkan disisihkan untuk kegiatan menabung (Januar, 2016). Kegiatan menabung itu sangatlah perlu, dimana Allah berfirman dalam surat Al Isra ayat 27 dan 29 Allah SWT berfirman :

إِنَّ الْمُبَذِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيْطَانِ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا ﴿٢٧﴾ وَلَا تَجْعَلْ يَدَكَ

مَغْلُولَةً إِلَىٰ عُنُقِكَ وَلَا تَبْسُطْهَا كُلَّ الْبَسْطِ فَتَقْعُدَ مَلُومًا مَّحْسُورًا ﴿٢٩﴾

Artinya : (27) Sesungguhnya pemboros-pemboros itu adalah saudara-saudara syaitan dan syaitan itu adalah sangat ingkar kepada Tuhannya (29) Dan janganlah kamu jadikan tanganmu terbelenggu pada lehermu dan janganlah kamu terlalu mengulurkannya karena itu kamu menjadi tercela dan menyesal.

Dari surah Al Isra ayat 27 dan 29 tersebut dapat kita simpulkan bahwa Allah SWT melarang umatnya (muslim) untuk bersikap boros atau menghambur-hamburkan uang, maka dari itu secara tidak langsung Allah SWT menganjurkan kepada kita sebagai umatnya untuk menabung agar memperoleh kemaslahatan sehingga kelak kita diterima disurganya Allah SWT. Selain itu Allah juga berfirman dalam surah Yusuf ayat 47 dan 48 yang berbunyi :

قَالَ تَزْرَعُونَ سَبْعَ سِنِينَ دَأَبًا فَمَا حَصَدْتُمْ فَذَرُوهُ فِي سُنْبُلِهِ إِلَّا قَلِيلًا مِّمَّا تَأْكُلُونَ

﴿٤٧﴾ ثُمَّ يَأْتِي مِنْ بَعْدِ ذَلِكَ سَبْعٌ شِدَادٌ يَأْكُلْنَ مَا قَدَّمْتُمْ لَهُنَّ إِلَّا قَلِيلًا مِّمَّا تُخْصِنُونَ ﴿٤٨﴾

Artinya : (47) Yusuf berkata: "Supaya kamu bertanam tujuh tahun (lamanya) sebagaimana biasa; maka apa yang kamu tuai hendaklah kamu biarkan dibulirnya kecuali sedikit untuk kamu makan. (48) Kemudian sesudah itu akan datang tujuh tahun yang amat sulit, yang menghabiskan apa yang kamu simpan untuk menghadapinya (tahun sulit), kecuali sedikit dari (bibit gandum) yang kamu simpan.

Dalam surah Yusuf ayat 47 dan 48 bila dikaitkan dengan preferensi menabung, secara tidak langsung bahwa kita sebagai umat Muslim dianjurkan oleh Allah SWT untuk menyimpan sebagian pendapatan kita untuk kebutuhan dimasa yang akan datang. Oleh sebab itu, jika kita menabung serta mempertimbangkan manfaat dan berkah, maka mashlahah yang kita dapat juga akan semakin banyak dari aktivitas menabung yang kita lakukan tersebut. Terkait dengan preferensi menabung, ketika kita ingin menyalurkan dana kita ke bank (menabung) harus senantiasa juga melihat mashlahah apa yang kita dapatkan dari transaksi yang dilakukan agar kelak kita memperoleh falah (kehidupan yang mulia serta sejahtera didunia dan diakhirat).

2.1.3 Perbankan Syariah

2.1.3.1 Pengertian Bank Syariah

Bank syariah adalah lembaga keuangan/perbankan yang operasionalnya dan produknya dikembangkan berlandaskan pada Al Qur'an dan Hadist (Muhamad, 1987). Menurut Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008, bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan Prinsip Syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah.

2.1.3.2 Perbedaan Perbankan Syariah dengan Perbankan Konvensional

Adapun yang membedakan antara perbankan syariah dengan perbankan konvensional ialah sebagai berikut (Tabel 2.1).

Tabel 2.1 : Perbedaan Bank Syariah dengan Bank Konvensional

Bank Syariah	Bank Konvensional
1. Melakukan investasi-investasi yang halal saja.	1. Investasi yang halal dan haram.
2. Berdasarkan prinsip bagi hasil, jual beli atau sewa.	2. Memakai perangkat bunga
3. Profit dan <i>falah oriented</i> .	3. <i>Profit oriented</i> .
4. Hubungan dengan nasabah dalam bentuk hubungan kemitraan.	4. Hubungan dengan nasabah dalam bentuk hubungan debitor-debitor.
5. Penghimpunan dan penyaluran dana harus sesuai dengan fatwa Dewan Pengawas Syariah.	5. Tidak terdapat dewan sejenis

Sumber : Antonio, 2001

Dari tabel 2.1 dapat kita simpulkan bahwasannya terdapat perbedaan antara perbankan syariah dengan perbankan konvensional yaitu dalam penentuan keuntungan, penentuan investasi dan orientasi dari usahanya. Pada perbankan konvensional dalam menentukan keuntungannya berdasarkan bunga dan orientasi atas usahanya cenderung bersifat *profit oriented* berbeda dengan perbankan syariah dimana dalam menentukan keuntungannya, perbankan syariah berdasarkan prinsip bagi hasil, sewa, atau jual beli serta orientasi dari perbankan syariah ialah *profit oriented* serta *falah oriented* yaitu kehidupan yang mulia serta sejahtera didunia dan diakhirat (P3EI, 2015).

2.1.3.3 Produk Penghimpunan Dana Bank Syariah

Bank syariah memiliki berbagai macam produk penghimpunan dana yang ditawarkan kepada nasabah salah satunya ialah tabungan. Adapun menurut Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang perbankan, yang dimaksud dengan tabungan adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat tertentu yang disepakati. Sedangkan yang dimaksud dengan tabungan syariah ialah tabungan yang dijalankan dengan berdasarkan prinsip-prinsip syariah. Menurut Ascarya (2003), produk penghimpunan dana (tabungan) yang disediakan oleh bank syariah tersebut didasarkan atas dua prinsip diantaranya ialah prinsip *wadiah* (titipan) dan prinsip *mudharabah* (bagi hasil).

1. Prinsip *Wadiah*

Secara umum *wadi'ah* adalah titipan murni dari pihak penitip (*muwaddi*) yang mempunyai barang/aset kepada pihak penyimpan (*mustawda*) yang diberi amanah atau kepercayaan, baik individu maupun badan hukum, tempat barang yang dititipkan harus dijaga dari kerusakan, kerugian, keamanan dan keutuhannya serta dikembalikan kapan saja sesuai kehendak penyimpan. *Wadi'ah* dibedakan menjadi dua yaitu :

a) *Wadi'ah yad Amanah*

Yaitu akad titipan barang atau aset dimana pihak penyimpan tidak diperbolehkan menggunakan atau memanfaatkan barang atau aset yang dititipkan, melainkan hanya menjaganya. Selain itu, barang atau aset yang dititipkan tidak boleh dicampuradukkan dengan barang atau aset lain, melainkan harus dipisahkan. Pada prinsip ini, pihak penyimpan tidak diharuskan bertanggung jawab jika sewaktu dalam penitipan terjadi kehilangan atau kerusakan pada barang atau aset titipan, selama hal ini bukan akibat dari kelalaian atau kecerobohan yang bersangkutan dalam memelihara barang atau aset titipan tersebut. Dalam prinsip ini, biaya penitipan boleh dibebankan kepada pihak penitip sebagai kompensasi atas tanggung jawab pemeliharaan.

b) *Wadi'ah yad Dhamanah*

lalah akad titipan barang atau aset dimana pihak penyimpan diperbolehkan menggunakan atau memanfaatkan barang atau aset yang dititipkan. Pada prinsip ini, pihak penyimpan bertanggung jawab atas segala kerusakan atau kehilangan yang terjadi pada barang atau aset titipan. Dengan prinsip ini, pihak penyimpan boleh mencampur aset titipan dengan aset uang dimiliki oleh pihak penyimpan atau aset penitip lainnya dan kemudian digunakan untuk tujuan produktif yaitu mencari keuntungan. Pihak penyimpan berhak atas keuntungan yang diperoleh dari pemanfaatan aset titipan dan bertanggung jawab penuh atas risiko kerugian yang mungkin timbul. Tidak hanya itu, pihak penyimpan juga diperbolehkan atas kehendaknya sendiri

untuk memberikan bonus kepada pemilik aset tanpa akad perjanjian yang mengikat sebelumnya.

Prinsip *wadiah* yang diterapkan pada produk penghimpunan dana dalam bentuk tabungan ialah *wadiah yad dhamanah*. Sehingga pihak bank dapat memanfaatkan harta titipan tersebut tetapi tetap pihak bank harus bertanggung jawab atas keutuhan titipan dana dari nasabah. Adapun menurut Karim (2010) ketentuan umum dari produk ini ialah :

- a) Keuntungan atau kerugian dari penyaluran dana menjadi hak milik pihak bank, sedangkan pemilik dana tidak dijanjikan memperoleh imbalan dan tidak menanggung kerugian. Bank dimungkinkan memberikan bonus kepada pemilik dana tetapi tidak boleh diperjanjikan dimuka.
- b) Bank harus membuat akad pembukaan rekening yang isinya mencakup izin penyaluran dana yang disimpan dan persyaratan lain yang disepakati selama tidak bertentangan dengan prinsip syariah, dll.

2. Prinsip *Mudharabah*

Mudharabah atau penanaman modal ialah penyerahan modal uang kepada orang yang berniaga sehingga ia mendapatkan persentase keuntungan. Ascarya (2013) berpendapat bahwa *mudharabah* adalah prinsip bagi hasil ketika pemilik dana/modal biasanya sering disebut *shahibul maal* menyediakan modal seluruhnya (100 persen) kepada pengusaha sebagai pengelola (*mudharib*), untuk melakukan aktivitas produktif dengan syarat bahwa keuntungan yang dihasilkan akan dibagi diantara mereka sesuai dengan kesepakatan yang telah ditentukan sebelumnya dalam akad. Berdasarkan kewenangan yang diberikan oleh

penyalur dana (nasabah) prinsip *mudharabah* sendiri dibedakan menjadi dua yaitu :

- a) *Mudharabah Al-Muthlaqah* adalah bentuk kerjasama antara pemilik modal (*shahibul maal*) dengan pengelola modal (*mudharib*) dimana bank sebagai *mudharib* memiliki kebebasan mutlak dalam pengelolaan dana yang di investasikannya.
- b) *Mudharabah Al-Muqayyadah* adalah bentuk kerjasama antara pemilik modal (*shahibul maal*) dengan pengelola modal (*mudharib*) dimana bank selaku *mudharib* menginvestasikan dana nasabah ke dalam suatu proyek tertentu yang diinginkan nasabah. Jangka waktu investasi dan bagi hasil disepakati bersama.

Salah satu produk pengimpunan dana yang menggunakan prinsip *mudharabah* ialah produk Tabungan Mudharabah pada Bank Syariah Mandiri. Tabungan Mudharabah merupakan tabungan harian yang menggunakan mata uang rupiah. Rekening tabungan ini menggunakan prinsip *mudharabah* yaitu *mudharabah muthlaqah*, dimana pihak bank memiliki kebebasan dalam menginvestasikan dana para nasabahnya. Produk Tabungan Mudharabah ini dapat dibuat baik perorangan maupun non perorangan (lembaga, organisasi, perkumpulan, dll). Adapun ketentuan menurut Karim (2010) diantaranya :

1. Bank wajib memberitahukan kepada pemilik dana mengenai nisbah dan tata cara pemberitahuan keuntungan serta pembagian keuntungan secara risiko yang dapat ditimbulkan dari penyimpanan dana. Apabila telah tercapai kesepakatan, maka hal tersebut harus dicantumkan dalam akad.

2. Untuk tabungan *mudharabah*, bank dapat memberikan buku tabungan sebagai bukti penyimpanan, serta kartu ATM atau alat penarikan lainnya kepada penabung.
3. Tabungan *mudharabah* dapat diambil setiap saat oleh pemilik dana (penabung) sesuai dengan perjanjian yang disepakati, namun tidak diperkenankan mengalami saldo negatif.
4. Ketentuan-ketentuan yang lain sepanjang tidak bertentangan dengan prinsip syariah.

2.1.4 Risiko Dalam Investasi

Uang adalah segala sesuatu yang dapat dipakai atau diterima untuk melakukan pembayaran baik barang maupun jasa (Nopirin, 1986). Adapun secara umum motif seseorang memegang uang adalah sebagai berikut (Boediono, 1988).

1. Motif Transaksi dan Berjaga-Jaga

Dalam teorinya, Keynes mengatakan bahwa orang memegang uang bertujuan untuk memenuhi dan melancarkan transaksi-transaksi yang dilakukan. Selain itu, Keynes juga membedakan bahwa permintaan akan uang bertujuan untuk melakukan pembayaran suatu keperluan yang diluar dari rencana transaksi normal misal pembayaran keadaan darurat seperti sakit, kecelakaan dll. Motif itu disebut sebagai motif berjaga-jaga.

2. Motif Spekulasi

Menurut Keynes, unsur yang ketiga dari permintaan akan uang yaitu permintaan uang untuk tujuan spekulasi. Sesuai dengan namanya bahwa pada motif ini pemegang uang memiliki tujuan dalam memegang uang tersebut guna memperoleh keuntungan dari uang tersebut.

Sebelumnya telah dijelaskan bahwa seseorang melakukan permintaan akan uang yaitu salah satunya untuk tujuan spekulasi, hal itu secara tidak langsung berarti menyamakan antara uang dengan modal guna memperoleh keuntungan. Padahal terdapat perbedaan yang menjelaskan antara uang dengan modal tersebut. Hal itu ditunjukkan pada tabel 2.2.

Tabel 2.2 : **Perbedaan antara Uang dengan Modal**

Modal	Uang
Modal adalah <i>private good</i> .	Uang adalah <i>public good</i> .
Modal merupakan <i>stock concept</i> .	Uang merupakan <i>flow concept</i> .

Sumber : Anto, 2003

Dari tabel 2.2 dapat dilihat bahwa uang ialah suatu benda publik, dimana seluruh masyarakat dapat menggunakannya tanpa mencegah pihak lain untuk menggunakannya juga. Jika seseorang menahan uangnya, maka secara tidak langsung berarti ia telah menghalangi pihak lain untuk memanfaatkan uang tersebut. Uang yang diam tidak akan menghasilkan apapun. Uang tidak akan memberikan manfaat jika tidak digunakan untuk kegiatan ekonomi salah satunya dengan Investasi.

Investasi adalah menempatkan uang atau dana dengan harapan untuk memperoleh tambahan atau keuntungan tertentu dari uang atau dana tersebut Menurut Ahmad (Ahmad, 1996). Sedangkan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, investasi adalah penanaman modal atau uang pada suatu perusahaan atau proyek dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan. Dalam islam bentuk investasi atau kerjasama usaha diantaranya ialah musyarakah dan mudharabah, kedua bentuk investasi tersebut menggunakan prinsip bagi hasil atau PLS (*Profit Loss Sharing*). Prinsip ini pada penerapannya tidak memberikan kepastian pendapatan (*return*), baik dari segi jumlah maupun waktunya. Meskipun nisbah

bagi hasil telah disepakati diawal, tetapi perolehan riil dari bagi hasil ini baru diketahui setelah dana benar-benar menghasilkan. Dengan demikian sebelum seseorang menyepakati suatu nisbah harus memperhatikan tiga faktor diantara ialah *share on partnership*, *expected return* dan *expected risk*. Adapun menurut Saputra dan Anastasia (2013), tujuan seseorang melakukan investasi (bagi hasil) adalah memaksimalkan *return* (tingkat pengembalian). Imbal hasil (return) yang diharapkan akan terkait dengan tingkat risiko yang harus ditanggung.

Menurut Ahmad (1996), risiko didefinisikan sebagai kemungkinan untuk luka, rusak atau hilang. Sedangkan menurut Halim (2003) mengatakan bahwa risiko ialah besarnya penyimpangan antara tingkat pengembalian yang diharapkan dengan tingkat pengembalian yang di capai secara nyata. Dari definisi tersebut, dapat dilihat bahwa dalam suatu risiko terdapat atau mengandung beberapa dimensi diantaranya ialah biaya peluang, potensi kerugian, ketidakpastian dan diperolehnya hasil yang tidak sesuai dengan harapan (Ahmad, 1996).

Menurut Wahyudi dkk (2013), dalam islam tiap usaha tentu ada risiko kerugian, pelaku usaha harus siap jika ingin memperoleh keuntungan/imbal hasil dari usaha tersebut. Dalam bank syariah seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya bahwa produk tabungan di bank syariah dibedakan menjadi dua macam diantaranya ialah wadiah dan mudharabah. Adapun produk tabungan wadiah ialah produk tabungan dimana nasabah hanya sebatas menitipkan dananya kepada pihak bank, tetapi jika pihak bank memanfaatkan dana wadiah tersebut, bank diperbolehkan memberikan bonus yang sifatnya tidak wajib berbeda dengan produk tabungan mudharabah yang merupakan produk tabungan yang sifatnya Natural Uncertainty Contracts, dimana bagi hasil yang diberikan tidak pasti baik dari jumlah maupun waktu, sehingga ia harus siap menanggung risiko dari dana yang dialokasikan kepada suatu usaha tersebut. Oleh karena itu,

dalam akad *mudharabah*, pemilik modal berhak menerima keuntungan dari bagi hasil yang telah disepakati bersama karena ia juga menanggung risiko atas penggunaan modalnya tersebut untuk dikelola.

2.1.5 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Preferensi Nasabah dalam Memilih Produk Tabungan Mudharabah di Bank Syariah

Terkait penjabaran yang telah dijelaskan sebelumnya maka dari itu penulis menetapkan fokus penelitian faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi nasabah dalam memilih produk tabungan mudharabah di bank syariah yaitu faktor religiusitas, produk bank, pelayanan dan pengetahuan. Berikut penjabaran mengenai keterkaitan antara teori dengan faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi nasabah dalam memilih produk tabungan mudharabah di perbankan syariah :

2.1.5.1 Religiusitas

Religiusitas adalah suatu bentuk hubungan manusia dengan penciptanya melalui ajaran agama yang sudah diwujudkan atau dihayati dalam diri seseorang dan tercermin dalam sikap dan perilaku sehari-hari (Taufiqurrohman, 2017). Adapun menurut Karim (2010) agama islam adalah suatu cara hidup yang membimbing manusia dalam setiap aspek kehidupannya dengan aqidah, syariah dan akhlak. Aqidah ialah suatu keyakinan, keimanan dan kepercayaan seseorang terhadap pencipta seluruh alam termasuk segala isinya. Sehingga, aqidah ini bagaikan suatu pengikat perjanjian yang telah tertanam didalam lubuk hati yang terdalam dan juga dijadikan sebagai pegangan dalam menjalani kehidupan ini. Aqidah ini pula yang memberikan jawaban atau petunjuk mengenai hakikat kehidupan ini, kemana arah kehidupan ini serta apa yang harus dilakukan dalam kehidupan ini.

Selain aqidah juga terdapat aspek syariah, yaitu aturan-aturan dan hukum dalam menentukan garis kehidupan yang harus dilalui oleh umat muslim termasuk didalamnya terdapat perintah beserta larangan yang dibuat oleh Allah SWT dalam menjalani kehidupan ini. Sesuai dengan surah Al Maidah ayat 48 yang berbunyi :

....لِكُلِّ جَعَلْنَا مِنْكُمْ شِرْعَةً وَمِنْهَاجًا....

Artinya :untuk tiap-tiap umat diantara kamu, Kami berikan aturan dan jalan yang terang....

Aspek selanjutnya ialah aspek akhlak, yaitu perilaku dan sikap hidup manusia hasil perwujudan dari aspek aqidah dan syariah. Maka dari itu pada aspek akhlak ini seseorang akan merasa selalu dilihat oleh Allah SWT dalam menjalani kehidupan ini karena Allah mengetahui sekecil apapun perbuatan yang dilakukan oleh seseorang dimana dan kapanpun. Sehingga sudah sepatutnya seseorang menerapkan religiusitas di setiap aspek kehidupannya.

Adapun menurut Glock & Stark dalam (Dalam Ancok, 2008) mengatakan bahwa dalam *religiusitas* terdapat lima dimensi di dalamnya, yaitu:

1. Dimensi keyakinan atau Ideologis

Dimensi keyakinan adalah tingkatan sejauh mana seseorang menerima hal-hal yang dogmatic (keyakinan) dalam agamanya, misalnya kepercayaan kepada Tuhan, malaikat, surga dan neraka. Pada dasarnya setiap agama juga menginginkan adanya unsur ketaatan bagi setiap pengikutnya. Adapun dalam agama yang dianut oleh seseorang, makna yang terpenting adalah kemauan untuk mematuhi aturan yang berlaku dalam ajaran agama yang dianutnya. Jadi dimensi keyakinan lebih bersifat doktriner yang harus ditaati oleh penganut agama.

2. Dimensi praktik agama atau ritualistik

Dimensi praktik agama yaitu tingkatan sejauh mana seseorang mengerjakan kewajiban-kewajiban ritual dalam agamanya. Unsur yang ada dalam dimensi ini mencakup pemujaan, ketaatan, serta hal-hal yang lebih menunjukkan komitmen seseorang dalam agama yang dianutnya. Dimensi praktek dalam agama Islam dapat dilakukan dengan menjalankan ibadah shalat, puasa, zakat, haji ataupun praktek muamalah lainnya.

3. Dimensi pengalaman atau eksperiensial

Dimensi pengalaman adalah perasaan-perasaan atau pengalaman yang pernah dialami dan dirasakan. Misalnya merasa dekat dengan Tuhan, merasa takut berbuat dosa, merasa doanya dikabulkan, diselamatkan oleh Tuhan, dan sebagainya.

4. Dimensi pengetahuan agama atau intelektual

Dimensi pengetahuan agama adalah dimensi yang menerangkan seberapa jauh seseorang mengetahui tentang ajaran-ajaran agamanya, terutama yang ada di dalam kitab suci manapun yang lainnya. Paling tidak seseorang yang beragama harus mengetahui hal-hal pokok mengenai dasar-dasar keyakinan, kitab suci dan tradisi. Dimensi ini dalam Islam meliputi Pengetahuan tentang isi Al-Quran, pokok-pokok ajaran yang harus diimani dan dilaksanakan, hukum Islam dan pemahaman terhadap kaidah-kaidah keilmuan ekonomi Islam/perbankan syariah.

5. Dimensi konsekuensi

Yaitu dimensi yang mengukur sejauh mana perilaku seseorang dimotivasi oleh ajaran-ajaran agamanya dalam kehidupan sosial, misalnya apakah ia mengunjungi tetangganya sakit, menolong orang yang kesulitan, mendermakan hartanya, dan sebagainya.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa indikator dalam religiusitas yang mempengaruhi preferensi nasabah memilih produk tabungan mudharabah di perbankan syariah karena dimensi keyakinan, dimensi praktik agama, dimensi pengalaman, dimensi pengetahuan agama dan dimensi konsekuensi.

2.1.5.2 Produk Bank

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, produk ialah barang atau jasa yang dibuat dan ditambah nilai gunanya dalam proses produksi dan menjadi hasil akhir dari proses produksi itu. Sedangkan menurut Simamora (2003), mendefinisikan produk ialah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke dalam pasar untuk memenuhi kebutuhan serta keinginannya. Sehingga dapat disimpulkan bahwa produk ialah segala sesuatu (jasa atau barang) yang ditawarkan ke dalam pasar untuk dikonsumsi sehingga dapat memenuhi kebutuhannya. Layaknya perusahaan pada umumnya, perusahaan jasa juga menawarkan suatu produk akan tetapi produknya tidak berwujud karena berupa jasa. Bank syariah sebagai lembaga yang memberikan pelayanan di bidang keuangan kepada masyarakat menawarkan produk perbankan baik berupa tabungan maupun pembiayaan yang tentunya sesuai dengan prinsip syariah. Pada produk tabungan itu sendiri terdapat beberapa prinsip yang diterapkan, sebagaimana pemaparan Karim dalam bukunya (2010) bahwa terdapat dua prinsip yang digunakan dalam produk tabungan bank syariah yaitu prinsip wadiah dan mudharabah. Tabungan wadiah adalah tabungan yang dijalankan berdasarkan akad/prinsip wadiah, yakni titipan murni yang harus dijaga dan dikembalikan setiap saat sesuai kehendak pemiliknya, sedangkan tabungan mudharabah adalah tabungan yang dijalankan berdasarkan akad/prinsip mudharabah dimana bank syariah sebagai *mudharib* (pengelola dana) dan nasabah menjadi *shahibul mal* (pemilik dana). Bank syariah dalam kapasitasnya sebagai *mudharib*, mempunyai kuasa untuk melakukan

berbagai macam usaha yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah. Dari hasil pengelolaan dana tersebut, nasabah akan memperoleh bagi hasil yang telah di sepakati.

Selain adanya prinsip pada produk di bank syariah, bank syariah dalam menjalankan aktifitasnya juga membutuhkan biaya administrasi untuk kelancaran operasionalnya. Menurut Kamus Bank Indonesia, biaya administrasi adalah biaya yang dibebankan secara berkala kepada pemegang rekening pada suatu bank, misalnya biaya administrasi rekening koran, iuran tahunan kartu kredit; nasabah mungkin tidak dikenai biaya tersebut jika dapat memelihara saldo minimum tertentu. Biaya administrasi menjadi salah satu bahan pertimbangan nasabah dalam memilih tabungan mudharabah di bank syariah, hal itu sesuai dengan penelitian Ningrum (2017) yang menyatakan bahwa biaya administrasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah menabung di bank syariah yang ada di Kabupaten Sleman, Yogyakarta sehingga penulis beranggapan bahwa biaya administrasi ini juga dapat berpengaruh kepada nasabah dalam memilih produk tabungan mudharabah.

Selain dari sisi bank yang mempengaruhi nasabah dalam memilih produk tabungan, terdapat pertimbangan dalam diri nasabah itu sendiri yang juga ikut berpengaruh. Pada dasarnya seseorang dalam melakukan aktivitas ekonomi baik itu investasi, konsumsi, maupun menabung didasarkan motif ekonomi. Salah satu motif ekonomi ialah mencari keuntungan. Begitupun dalam hal menabung, seseorang selain menyimpan (menabung) uangnya juga dapat memperoleh keuntungan atas aktifitas menabungnya tersebut tetapi tetap keuntungan yang diperolehnya harus sesuai dengan syariat agama islam agar kelak memperoleh mashlahah dari aktifitas yang dilakukannya. Ketika seseorang mengharapkan keuntungan atas aktivitas ekonomi yang dilakukan, ia juga akan melihat besarnya/banyaknya keuntungan yang diperoleh, apakah dengan aktivitas

tersebut dapat memberikan ia keuntungan yang besar/banyak atau bahkan ia tidak memperoleh keuntungan apapun. Besaran keuntungan yang dilihat oleh seseorang di setiap aktivitas ekonominya sesuai dengan yang dipaparkan oleh Pindyck (2012), preferensi seseorang dalam membuat pilihan memiliki sifat dasar salah satunya ialah banyak lebih baik daripada sedikit. Terkait dengan itu, maka seseorang dalam memperoleh atau menginginkan suatu keuntungan akan mempertimbangkan berapa banyak keuntungan yang ia peroleh.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam faktor produk bank yang mempengaruhi nasabah memilih produk tabungan mudharabah di perbankan syariah ialah prinsip atas produk, biaya administrasi, keuntungan dan besaran keuntungan.

2.1.5.3 Pelayanan

Bank syariah adalah lembaga keuangan yang bergerak dibidang jasa dan nasabah adalah tujuan/target utama, karena bank tidak akan pernah hidup tanpa adanya nasabah, sehingga pihak bank harus memberikan pelayanan yang terbaik bagi nasabahnya agar nasabah memperoleh kenyamanan saat bertransaksi di bank syariah. Pelayanan bank syariah yang dimaksud bukan hanya berkaitan dengan pelayanan karyawan kepada nasabah yang terjadi di kantor bank syariah saja. Tapi mencakup kepada aksesibilitas, kredibilitas, kecepatan, ketepatan pencatatan, jaringan kantor yang luas, kelengkapan produk, keamanan dan fasilitas kemudahan atas informasi di bank syariah lainnya (Munthe, 2014).

Adapun menurut Parasuraman, et al. dalam Tjiptono (2000) faktor utama yang menentukan kualitas jasa (pelayanan) adalah :

1. *Reliability*, mencakup dua hal pokok, yaitu konsistensi kerja dan kemampuan untuk dipercaya. Hal ini berarti perusahaan memberikan jasanya secara tepat semenjak pertama.

2. *Responsiveness* yaitu kemauan atau kesiapan para karyawan untuk memberikan jasa yang dibutuhkan pelanggan.
3. *Competence* adalah setiap orang dalam suatu perusahaan memiliki keterampilan dan pengetahuan yang dibutuhkan agar dapat memberikan jasa tertentu.
4. *Acces*, meliputi kemudahan untuk dihubungi dan ditemui. Hal ini berarti lokasi, fasilitas atas jasa yang mudah dijangkau, waktu menunggu yang tidak terlalu lama, dll.
5. *Courtesy*, meliputi sikap sopan santun, perhatian dan keramahan.
6. *Communication*, artinya memberikan informasi kepada pelanggan dalam bahasa yang dapat mereka pahami, serta selalu mendengarkan saran dan keluhan pelanggan.
7. *Credibility*, yaitu sifat jujur dan dapat dipercaya.
8. *Security*, yaitu aman dari bahaya, risiko, dll.
9. *Understanding the costomer* adalah usaha memahami kebutuhan pelanggan.
10. *Tangibles* yaitu bukti fisik dari jasa, bisa berupa fasilitas fisik dll.

Sedangkan menurut Garvin dalam Tjiptono (2000), pelayanan memiliki beberapa dimensi ialah :

1. Kinerja, karakteristik operasi pokok dari produk inti misal kecepatan dll
2. Ciri-ciri (*features*) /keistimewaan tambahan yaitu karakteristik sekunder atau pelengkap.
3. Keandalan adalah kemungkinan kecil akan mengalami kerusakan atau gagal dipakai.
4. Kesesuaian dengan spesifikasi yaitu sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar-standar yang telah ditetapkan sebelumnya.

5. Daya tahan, berkaitan dengan berapa lama suatu produk dapat terus digunakan.
6. *Serviceability*, meliputi kecepatan, kompetensi, kenyamanan yang memuaskan.
7. Estetika yaitu daya tarik produk terhadap paca indera.
8. Kualitas yang dipersepsikan yaitu citra dan reputasi produk.

Sehingga dalam faktor pelayanan yang mempengaruhi nasabah memilih produk tabungan mudharabah di perbankan syariah ialah *security* (aman dari bahaya, risiko dll), *tangibles* (bukti fisik/fasilitas), ciri-ciri/keistimewaan tambahan (*features*), kesesuaian dengan spesifikasi, dan kualitas yang dipersepsikan (reputasi produk).

2.1.5.4 Pengetahuan

Menurut Simamora (2007), seseorang dalam melakukan pembelian suatu produk atau jasa harus melalui beberapa tahapan salah satunya ialah pencarian informasi. Terkait preferensi menabung di bank syariah, ketika calon nasabah ingin menggunakan jasa perbankan syariah, maka ia memerlukan suatu informasi atau pengetahuan mengenai bank syariah yang akan dituju baik dari segi produk, pelayanan dan lain sebagainya, agar kelak baik calon nasabah maupun pihak bank tidak saling dirugikan atau merasa dirugikan.

Menurut Peter dan Olson (1999) membagi 3 jenis pengetahuan produk yaitu :

1. Pengetahuan atribut produk (atribut fisik : deskripsi ciri fisik produk/nyata dan atribut abstrak : deskripsi karakteristik subjektif produk tidak dapat disentuh/tidak nyata).
2. Pengetahuan manfaat produk adalah hasil/manfaat saat produk dibeli dan digunakan atau dikonsumsi, manfaat produk dibedakan menjadi :

- a) Manfaat fungsional adalah manfaat yang dirasakan konsumen secara fisiologis atau secara langsung.
Contoh : minum air putih akan menghilangkan rasa haus.
 - b) Manfaat psikososial adalah merujuk pada aspek psikologis (perasaan, emosi dan mood) dan aspek sosial (persepsi konsumen terhadap bagaimana pandangan orang lain terhadap dirinya) yang dirasakan konsumen setelah mengonsumsi suatu produk.
3. Pengetahuan sebagai pemuas nilai ialah pengetahuan konsumen mengenai nilai simbolis personal produk dan merek. Pemenuhan sebuah nilai biasanya mendapatkan afeksi positif seperti merasa aman, senang dan kepuasan).

Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa dalam faktor pengetahuan yang mempengaruhi preferensi nasabah memilih produk tabungan mudharabah di perbankan syariah dipengaruhi didasarkan oleh pengetahuan atribut produk, pengetahuan manfaat produk dan pengetahuan sebagai pemuas nilai.

2.2 Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian ini, terdapat beberapa penelitian terdahulu yang relevan serta bersangkutan dengan permasalahan yang diteliti serta sebagai bahan rujukan dalam mengembangkan materi yang ada. Penelitian terdahulu tersebut diantaranya ialah :

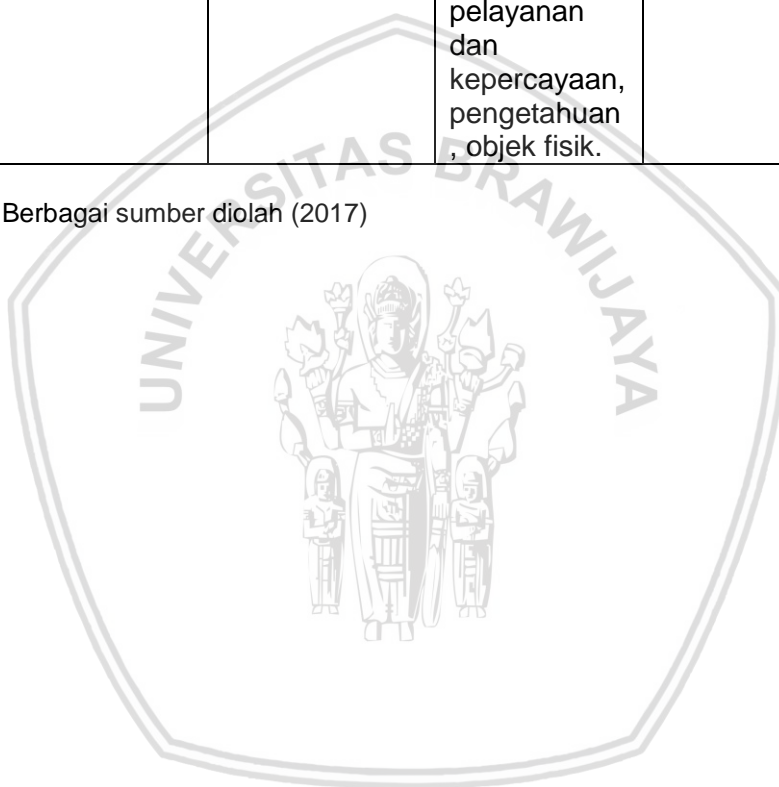
Tabel 2.3 : Penelitian Terdahulu

No	Nama & Tahun	Judul	Jenis Penelitian dan Metode Analisis	Hasil
1.	Padmaninggar (2016)	Analisis Pengaruh Tingkat Religiusitas, Pengetahuan dan Jumlah Uang Saku Terhadap Minat Menabung di Bank Umum Syariah (Studi Pada Mahasiswa S1 Prodi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya)	Penelitian kuantitatif dengan menggunakan uji asumsi klasik, regresi berganda dan uji hipotesis. Variabel: religiusitas, pengetahuan, jumlah uang saku.	Hasil menunjukkan religiusitas, pengetahuan, jumlah uang saku berpengaruh positif terhadap minat menabung mahasiswa Ekonomi Islam Universitas Brawijaya di perbankan syariah
2.	Lestari (2015)	Pengaruh religiusitas, produk bank, kepercayaan, pengetahuan dan pelayanan terhadap preferensi menabung pada perbankan syariah. (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang).	Penelitian kuantitatif dengan menggunakan uji validitas, reliabilitas, dan analisis faktor. Variabel: religiusitas, produk bank, kepercayaan, pengetahuan dan pelayanan.	3. Hasil analisis faktor menunjukkan pengaruh religiusitas terhadap preferensi utama menabung adalah karena kepatuhan agama. 4. Pengaruh produk bank terhadap preferensi utama menabung adalah karena adanya produk yang inovatif. 5. Pengaruh kepercayaan terhadap preferensi utama menabung adalah karena percaya akan kemudahan bertransaksi.

No	Nama & Tahun	Judul	Jenis Penelitian dan Metode Analisis	Hasil
				<p>6. Pengaruh pengetahuan terhadap preferensi utama menabung adalah karena pengetahuan ilmiah.</p> <p>7. Pengaruh pelayanan terhadap preferensi utama menabung adalah pada penggunaan fasilitas yang mudah.</p>
3.	Mukromin (2017)	Pengaruh Religiusitas, Produk Bank, Kepercayaan, Pengetahuan, dan Pelayanan Terhadap Preferensi Menabung Pada Perbankan Syariah (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta).	Penelitian kuantitatif dengan menggunakan uji validitas, reliabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linear berganda, uji hipotesis. Variabel: religiusitas, produk bank, kepercayaan, pengetahuan dan pelayanan.	Variabel kepercayaan dan pelayanan berpengaruh positif terhadap preferensi menabung mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta di perbankan syariah.

No	Nama & Tahun	Judul	Jenis Penelitian dan Metode Analisis	Hasil
5.	Januar (2016)	Keputusan Nasabah Menabung di Perbankan Syariah (Studi Pada Mahasiswa Universitas Brawijaya)	Penelitian kuantitatif dengan menggunakan uji validitas, reliabilitas, logit. Variabel: karakteristik bank, pelayanan dan kepercayaan, pengetahuan, objek fisik.	Variabel pelayanan dan kepercayaan mempunyai pengaruh yang paling dominan terhadap perilaku konsumen menabung dalam menggunakan perbankan syariah.

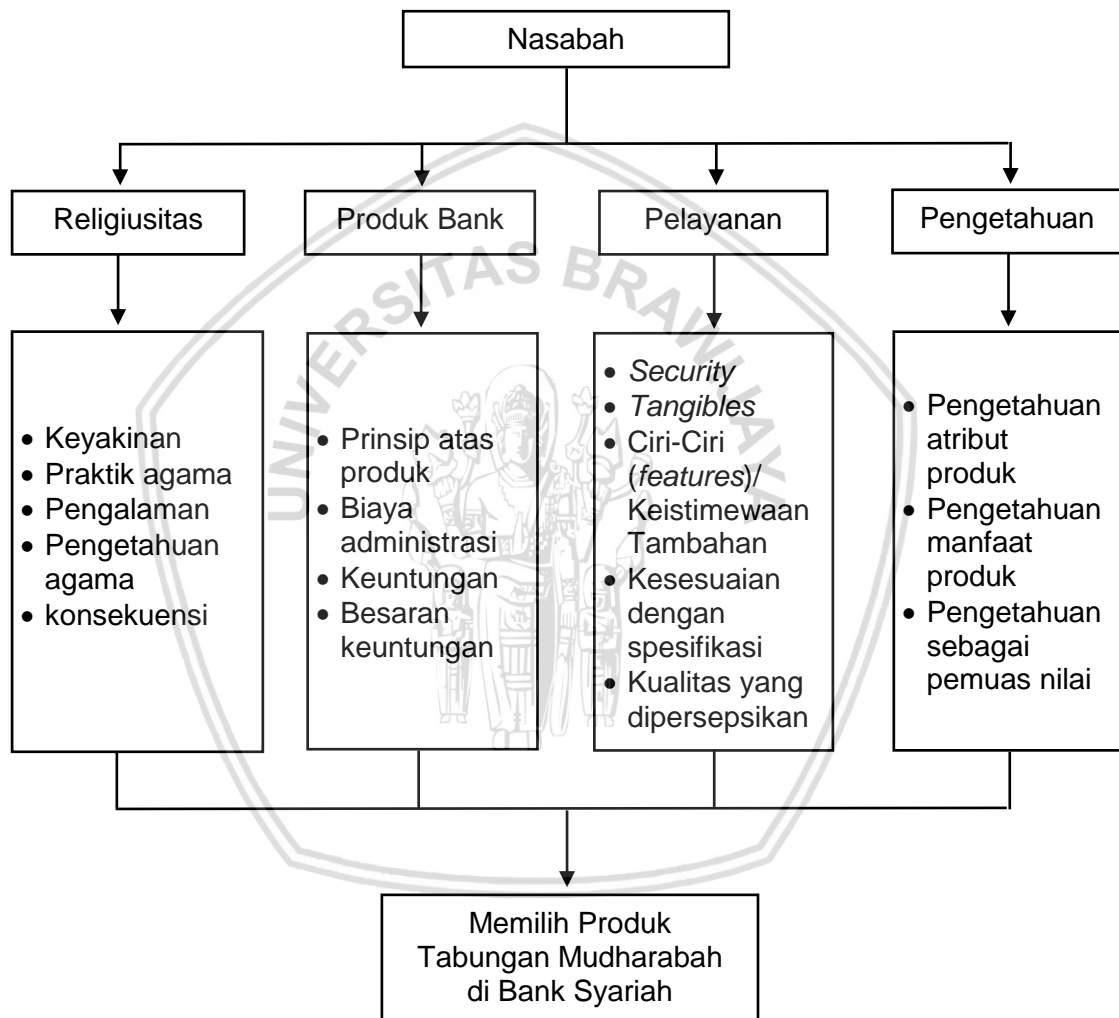
Sumber : Berbagai sumber diolah (2017)



2.3 Kerangka Pikir

Berdasarkan penjabaran teori dan rumusan masalah maka kerangka pikir dalam penelitian ini sebagai berikut :

Gambar 2.4 : **Kerangka Pikir**



Sumber : Hasil Olah Penulis, 2017

2.4 Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data (Sugiyono, 2009). Adapun yang menjadi hipotesis dalam penelilian ini ialah:

Diduga religiusitas, produk bank, pelayanan, dan pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap preferensi nasabah dalam memilih produk tabungan mudharabah di perbankan syariah.



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu. Teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random begitu juga pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian dan analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2009). Pada penelitian ini pendekatan kuantitatif digunakan untuk mengukur dan mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat terkait preferensi menabung nasabah dengan data yang bersifat kuantitatif atau statistik.

Pada penelitian ini akan membahas preferensi menabung nasabah pada perbankan syariah. Penelitian ini bertujuan untuk melihat hal atau faktor apa saja yang mempengaruhi preferensi nasabah Produk Tabungan Mudharabah dan Wadiah pada Bank Syariah Mandiri Cabang Cibinong dalam menabung di perbankan syariah. Hal yang akan dianalisis ialah pengaruh religiusitas, produk bank, pelayanan dan pengetahuan terhadap preferensi menabung pada perbankan syariah.

3.2 Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini akan dilaksanakan kepada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Cibinong yang berada di Jalan Raya Bogor No.8, Cirimekar, Cibinong, Bogor, Jawa Barat. Sedangkan waktu penelitian dimulai pada bulan Januari 2018, sampai dengan terpenuhinya jumlah kuota sampel yang dibutuhkan. Pemilihan Bank

Syariah Mandiri Cabang Cibinong, Bogor didasari pada berbagai pertimbangan, diantaranya ialah :

1. Bank Syariah Mandiri Cabang Cibinong merupakan salah satu kantor cabang yang memiliki total DPK cukup baik yaitu sebesar 280,2 Miliar pada tahun 2017 meningkat sebesar 12,4 miliar dari tahun sebelumnya yaitu dengan total DPK pada tahun 2016 hanya sebesar 267,8 Miliar. Kantor Cabang ini juga berada di lokasi yang strategis dan dekat dengan penduduk sehingga diharapkan nantinya pihak bank dapat menerapkan saran dari penulis untuk dilaksanakan di masyarakat sekitar agar perbankan syariah kedepannya semakin membaik.
2. Bank Syariah Mandiri Cabang Cibinong ialah salah satu kantor cabang yang cukup besar di Cibinong, Kabupaten Bogor.

3.3 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel Penelitian

Menurut Zulfanef (2013), definisi operasional ialah kegiatan atau proses yang dilakukan peneliti untuk mengurangi tingkat abstraksi konsep sehingga konsep tersebut dapat diukur.

Tabel 3.1 : Definisi Operasional

Nama Variabel	Definisi Variabel	Indikator
Preferensi Menabung di Bank Syariah (Y)	Preferensi adalah pilihan, kecenderungan, untuk memberikan perhatian dan bertindak.	Menggunakan variabel dummy, dimana: Y=1 untuk responden/nasabah yang menggunakan Tabungan Mudharabah, Y=0 untuk responden/nasabah yang menggunakan Tabungan Wadiah.
Religiusitas (X ₁)	Religiusitas adalah suatu bentuk hubungan manusia dengan penciptanya melalui ajaran agama yang sudah terinternalisasi (sudah diwujudkan) dalam diri seseorang dan tercermin dalam sikap dan perilaku sehari-hari (Taufiqurrohman, 2017).	1. Keyakinan 2. Praktik agama 3. Pengalaman 4. Pengetahuan agama 5. Konsekuensi
Produk Bank (X ₂)	Produk ialah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke dalam pasar untuk memenuhi kebutuhan serta keinginannya. (Simamora, 2003).	1. Prinsip atas produk 2. Biaya administrasi 3. Keuntungan 4. Besaran keuntungan
Pelayanan (X ₃)	Pelayanan adalah suatu kegiatan yang dilakukan oleh seseorang/sekelompok orang dengan landasan tertentu dimana tingkat pemuasannya hanya dapat dirasakan oleh orang yang melayani atau dilayani (Moenir, 1995)	1. <i>Security</i> 2. <i>Tangibles</i> 3. Ciri-ciri (<i>features</i>)/ Keistimewaan Tambahan 4. Kesesuaian dengan spesifikasi 5. Kualitas yang dipersepsikan
Pengetahuan (X ₄)	Pengetahuan merupakan suatu informasi yang disimpan dalam ingatan atau catatan tersendiri sebagai akibat dari hasil belajar maupun pengalaman dan kesadaran terhadap sesuatu (Lestari, 2015).	1. Pengetahuan atribut produk 2. Pengetahuan manfaat produk 3. Pengetahuan sebagai pemuas nilai

Sumber : Berbagai Sumber Diolah, 2017

3.4 Populasi dan Penentuan Sampel

3.4.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2009), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Jadi populasi bukan hanya orang saja, melainkan objek dan benda-benda alam lainnya. Populasi juga bukan hanya sekedar jumlah yang ada pada objek atau subjek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subjek atau objek itu. Dalam penelitian jumlah populasi harus disebutkan yang berkenaan dengan besarnya anggota populasi dan wilayah yang akan diteliti. Maksudnya adalah untuk membatasi daerah yang akan digeneralisasikan. Populasi yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah nasabah baru produk Tabungan Mudharabah dan Tabungan Wadiah tahun 2017 di Bank Syariah Mandiri Cabang Cibinong dengan jumlah 1778 nasabah.

3.4.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2009), sampel ialah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili). Teknik pengambilan sampel yang akan digunakan adalah teknik *Insidental Sampling*.

Insidental Sampling adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/incidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2009). Salah satu rumus yang sering digunakan adalah rumus Slovin (Wijaya, 2013):

$$n = \frac{N}{(1 + Ne^2)}$$

Dimana: n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

e = error sampel yaitu 1-15%

Menurut sumber, data nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Cibinong Produk Tabungan Mudharabah dan Wadiah tahun 2017 berjumlah 1778, maka hasil perhitungan dengan rumus slovin adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned} n &= \frac{1778}{(1 + 1778 \cdot 0,1^2)} \\ &= \frac{1778}{18,78} \\ &= 95 \text{ nasabah} \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut maka jumlah sampel yang harus diteliti adalah 95 nasabah, untuk mewakili jumlah populasi dan akurasi data yang didapat.

3.5 Metode Pengumpulan Data

3.5.1 Data Primer

Adapun data yang digunakan dalam penelitian ini ialah data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang diperoleh dari sumber dan bersifat mentah atau belum diolah (Wijaya, 2013). Data primer ini belum mampu

memberikan informasi dalam pengambilan keputusan maka dari itu perlu diolah lebih lanjut. Untuk mendapatkan data primer, penulis menggunakan teknik kuesioner. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan secara tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2009).

Kuesioner ini merupakan teknik pengumpulan data yang efisien jika penulis mengetahui dengan pasti variabel yang akan diukur dan mengetahui apa yang bisa diharapkan dari responden. Selain itu, teknik pengumpulan data dengan kuesioner ini juga cocok digunakan jika jumlah dari responden yang akan diteliti cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas. Dengan adanya kontak langsung antara penulis dengan responden akan menciptakan suatu kondisi yang cukup baik, sehingga responden dengan sukarela akan memberikan data objektif dan cepat. Selanjutnya dalam melakukan pengukuran sikap, pendapat serta persepsi sekelompok orang atau seseorang maka penulis menggunakan skala *Likert*. Skala *Likert* ialah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2009). Dalam penelitian ini, fenomena sosial yang telah ditetapkan secara spesifik oleh penulis, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. Variabel penelitian yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Berikut tabel 3.2 menjelaskan skala *Likert*.

Tabel 3.2 : **Skala Likert**

Sangat Setuju	4
Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber : Sugiyono, 2009

3.5.2 Data Sekunder

Data sekunder ialah data yang diperoleh dari sumber yang menerbitkan dan bersifat siap pakai (Wijaya, 2013). Data sekunder ini diperoleh secara tidak langsung dari objek yang diteliti. Data sekunder ini diperoleh melalui kajian pustaka yang bersumber dari buku, jurnal, ataupun dari penelitian lainnya yang terkait dengan tema penelitian ini.

3.6. Metode Analisis Data

3.6.1. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Analisis data yang dilakukan adalah analisis statistik deskriptif untuk menjelaskan atau menggambarkan penelitian responden dan distribusi *item* masing-masing variabel. Dari data yang dikumpulkan, diedit dan ditabulasikan dalam table kemudian dibahas secara deskriptif. Metode analisis data yang nantinya akan digunakan oleh penulis untuk mengukur kuesioner ialah dengan melakukan uji Validitas dan Uji Reliabilitas.

1. Uji Validitas

Suatu alat ukur dapat dikatakan valid apabila alat itu mengukur suatu tes atau skala dengan akurat. Uji validitas digunakan untuk mengukur tingkat keabsahan suatu instrumen yang digunakan dalam penelitian ini. Pada penelitian ini, penulis membuat item-item yang ada didalamnya merupakan item yang dapat mempresentasikan atribut yang hendak diukur. Suatu item kuesioner dikatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Suatu instrumen yang valid atau sah mempunyai nilai validitas yang tinggi, sebaliknya instrumen yang memiliki nilai validitas kurang maka nilai validitasnya rendah. Rumus yang digunakan untuk menghitung validitas adalah (Wijaya, 2013):

$$R_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{((N \sum X^2) - (\sum X)^2) (n(\sum Y^2) - (\sum Y)^2)}}$$

R_{xy} = Koefisien korelasi X dan Y

N = jumlah responden

X = skor variabel (jawaban responden)

Y = skor total dari variabel untuk responden ke-n

Validitas data diukur dengan membandingkan r hitung dengan r tabel. Jika r hitung > r tabel pada taraf signifikan 5% (0,05) maka pernyataan tersebut dinyatakan valid. Apabila suatu alat pengukuran telah dinyatakan valid, maka tahap berikutnya adalah mengukur reliabilitas dari alat sebagai ukuran yang menunjukkan konsistensi dari alat ukur dalam mengukur gejala yang sama di lain kesempatan.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah proses pengukuran yang menunjukkan suatu pengukuran dapat memberikan hasil yang relatif sama jika dilakukan pengukuran ulang terhadap subjek yang sama (Wijaya, 2013). Sehingga semakin kecil perbedaan dari hasil yang diperoleh, semakin andal tesnya. Dalam penelitian ini reliabilitas diukur menggunakan koefisien alpha. Koefisien alpha dapat diukur dengan menggunakan uji statistik *cronbach alpha* dengan menggunakan program SPSS versi 24.0 dan dikatakan reliabel jika memberikan nilai *cronbach alpha* > 0,7. Jika nilai *cronbach alpha* < 0,7 maka dapat dikatakan variabel tersebut tidak reliabel.

3.6.2 Metode Analisis Logistik

Nantinya peneliti juga akan menggunakan metode *Logistic Regression* atau Analisis Metode Logistik (LOGIT). Regresi logit ialah teknik statistika yang digunakan dalam penelitian yang bertujuan untuk menguji hubungan antar variabel, yaitu variabel dependen dan variabel independent. Berikut model logit dalam penelitian ini ialah sebagai berikut (Arief, 2006):

$$\ln \frac{P_1}{1-P_1} = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \mu_i$$

Dimana:

P_1 = Preferensi memilih produk tabungan mudharabah di bank syariah

β_0 = Konsanta

$\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4, \beta_5$ = Koefisien regresi

X_1 = Faktor Religiusitas

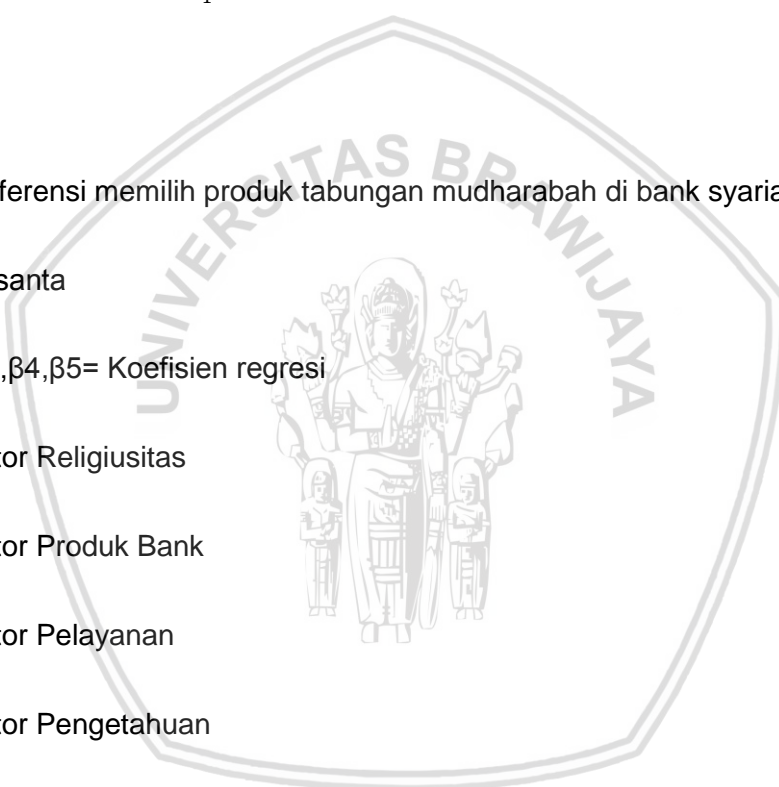
X_2 = Faktor Produk Bank

X_3 = Faktor Pelayanan

X_4 = Faktor Pengetahuan

μ_i = error

Untuk mendapatkan hasil yang lebih valid dari hasil analisis regresi logistik diatas maka penulis akan melakukan beberapa pengujian terhadap model, yaitu:



1. Uji Multikolinearitas

Penelitian ini menggunakan 4 variabel bebas yaitu diantaranya ialah religiusitas, produk bank, pelayanan dan pengetahuan, oleh karenanya perlu dipastikan tidak terjadi multikolinearitas diantara variabel bebas tersebut. Uji multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui bahwa tidak terjadi hubungan linear yang sangat kuat antar variabel bebas (Firdaus, 2011). Cara pengujiannya adalah dengan menggunakan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*), dimana variabel dikatakan tidak saling berkaitan ketika nilai $VIF < 10$.

2. Uji Kelayakan Model (*Hosmer and Lemeshow*)

Untuk menguji kelayakan pada model regresi ini, peneliti menggunakan uji *Hosmer and Lemeshow*. Uji *Hosmer and Lemeshow* ini digunakan untuk menguji apakah data empiris sesuai dengan model (tidak ada perbedaan antara model dengan data sehingga model dapat dikatakan fit/layak). Adapun hasilnya jika (Ghozali, 2016):

- a. Jika nilai signifikansi *Hosmer and Lemeshow* $\leq 0,05$, artinya terdapat perbedaan signifikan antara model dengan nilai observasinya sehingga *goodness fit model* tidak baik karena terdapat perbedaan antara model dengan data observasinya.
- b. Jika nilai signifikansi *Hosmer and Lemeshow* $> 0,05$, artinya model mampu memprediksi nilai observasinya atau dapat dikatakan model dapat diterima karena fit (layak/sesuai) dengan data observasinya.

3. Uji Koefisien Determinasi

Menurut Nachrowi (2002), Uji Koefisien Determinasi ialah uji yang dilakukan untuk mengukur tingkat ketepatan/kecocokan dari regresi yang dipakai, uji ini juga berguna untuk melihat kemampuan variabel independen

dalam menjelaskan variabel dependen. Semakin besar R^2 , maka semakin besar (kuat) pula hubungan antara satu atau banyak variabel bebas dengan variabel terikat. Dalam program SPSS, besar nilai R^2 diketahui melalui nilai "Cox & snell" atau "Nagelkerke". Nilai "Cox & snell" atau "Nagelkerke" nantinya akan menunjukkan berapa persen variabel bebas yang dimasukan dalam model yang menjelaskan variabel terikat, yakni preferensi nasabah memilih produk tabungan mudharabah dibank syariah.

4. Uji Tabel Klasifikasi

Untuk memperjelas gambaran atas prediksi model dengan data observasi, dapat ditunjukkan dengan tabel klasifikasi. Tabel klasifikasi ini mengkonfirmasi bahwa tidak ada perbedaan yang sangat signifikan antara prediksi model dengan data observasi.

5. Uji *Overall Model Fit/Omnibus*

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah semua variabel independen didalam regresi secara serentak atau simultan mempengaruhi variabel dependen. Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan nilai signifikansi dengan alpha, jika nilai signifikansi lebih kecil dari alpha maka dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh secara simultan/serempak variabel bebas terhadap variabel terikatnya. (Ghozali, 2016).

6. Uji Signifikansi Parsial

Menurut Widarjono (2010), Uji parsial digunakan untuk menguji ada tidaknya pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial dengan cara membandingkan nilai signifikansi dengan alpha sebesar 5% dimana nilai signifikansi yang lebih kecil dari alpha menunjukkan bahwa hipotesis diterima atau terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial atas variabel independen terhadap variabel terikat

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Penelitian

4.1.1 Sejarah Bank Syariah Mandiri Cabang Cibinong

Pasca terjadinya krisis Ekonomi pada tahun 1997-1998, industri perbankan nasional yang didominasi oleh bank-bank konvensional mengalami krisis luar biasa. Pemerintah akhirnya mengambil tindakan dengan merestrukturisasi dan merekapitalisasi sebagian bank-bank di Indonesia.

Salah satu bank konvensional, PT Bank Susila Bakti (BSB) yang dimiliki oleh Yayasan Kesejahteraan Pegawai (YKP) PT Bank Dagang Negara dan PT Mahkota Prestasi juga terkena dampak krisis. BSB berusaha keluar dari situasi tersebut dengan melakukan upaya merger dengan beberapa bank lain serta mengundang investor asing. Pada tanggal 31 juli 1999 PT. Bank Susila Bakti pun dimiliki PT. Mandiri (Persero) Tbk.. Para perintis bank syariah pada bank tersebut memandang pentingnya kehadiran bank syariah di lingkungan PT Bank Mandiri (Persero).

Perubahan kegiatan usaha BSB menjadi bank umum syariah dikukuhkan oleh Gubernur Bank Indonesia melalui SK Gubernur BI No. 1/24/KEP.BI/1999, 25 Oktober 1999. Selanjutnya, melalui Surat Keputusan Deputi Gubernur Senior Bank Indonesia No. 1/1/KEP.DGS/ 1999, BI menyetujui perubahan nama menjadi PT Bank Syariah Mandiri. Menyusul pengukuhan dan pengakuan legal tersebut, PT Bank Syariah Mandiri secara resmi mulai beroperasi sejak Senin tanggal 25 Rajab 1420 H atau tanggal 1 November 1999.

PT Bank Syariah Mandiri hadir, tampil dan tumbuh sebagai bank yang mampu memadukan idealisme usaha dengan nilai-nilai rohani, yang melandasi kegiatan operasionalnya. Harmoni antara idealisme usaha dan nilai-nilai rohani inilah yang menjadi salah satu keunggulan Bank Syariah Mandiri dalam kiprahnya di perbankan Indonesia. BSM hadir untuk bersama membangun Indonesia menuju Indonesia yang lebih baik. (Jannah, 2011)

Dalam rangka perluasan jaringan layanannya, maka Bank Syariah Mandiri membuka Cabang di Cibinong, Kabupaten Bogor, Jawa Barat. Bank Syariah Mandiri Cibinong mulai berdiri sejak 19 Mei 2003 yang berlokasi di jalan Mayor Oking, Cibinong, Kabupaten Bogor. Pada awal berdiri tahun 2003, BSM Cibinong masih berstatus sebagai Kantor Cabang Pembantu (KCP). BSM Cibinong memutuskan untuk pindah ke Graha Cibinong, Jl. Raya Bogor No.8, Cirimekar, Cibinong, Bogor, Jawa Barat. Setelah beroperasi di lokasi baru tersebut selama 3 tahun, BSM Cibinong berubah statusnya menjadi Kantor Cabang hingga saat ini (Susanto, 2018)

4.2 Gambaran Umum Responden

Pada penelitian ini menggunakan data yang diperoleh dengan cara membagikan kuesioner. Pengumpulan data ini dilakukan pada bulan Februari 2018. Nasabah yang dipilih sebagai responden dalam penelitian ini ialah nasabah baru dan telah menabung pada produk tabungan mudharabah (tabungan BSM) dan tabungan wadiah (tabungan simpatik) di Bank Syariah Mandiri Cibinong. Jumlah nasabah yang dipilih sebagai responden adalah sebanyak 95 orang. Dalam kuesioner ini berisi tentang pernyataan dan pertanyaan yang berkaitan mengenai preferensi nasabah memilih produk tabungan di bank syariah. Adapun gambaran tentang responden yang telah diteliti berdasarkan jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan dan pemilihan jenis produk tabungan sebagai berikut.

4.2.1 Deskripsi Karakteristik berdasarkan Jenis Kelamin

Berikut adalah data responden berdasarkan jenis kelamin. Secara tidak langsung jenis kelamin juga akan mempengaruhi pola berfikir seseorang dalam memilih produk tabungan di bank syariah :

Tabel 4.1 : **Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin**

NO	Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
1.	Perempuan	48	50,53%
2.	Laki-laki	47	49,47%
Total		95	100%

Sumber : Data primer diolah, 2018

Berdasarkan tabel 4.1 menunjukkan bahwa reponden yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 48 orang atau sekitar 50,53% dan responden yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 47 orang atau sekitar 49,47%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa responden yang bersedia dan berpartisipasi dalam penelitian ini hampir seimbang antara nasabah berjenis kelamin perempuan dan laki-laki.

4.2.2 Deskripsi Karakteristik berdasarkan Usia

Pada penelitian yang telah dilakukan terdapat pembagian berdasarkan usia dari responden, perbedaan usia secara tidak langsung juga sangat mempengaruhi pola pikir seseorang. Adapun usia responden dalam penelitian ini terdiri dari usia 18 tahun hingga 60 tahun. Berikut data responden berdasarkan usia responden :

Tabel 4.2 : **Karakteristik Responden berdasarkan Usia**

NO	Usia	Jumlah	Presentase
1	18-25 Tahun	16	16.84%
2	26-32 Tahun	29	30.53%
3	33-39 Tahun	22	23.16%
4	40-46 Tahun	16	16.84%
5	47-53 Tahun	10	10.53%
6	54-60 Tahun	2	2.11%
Total		95	100%

Sumber : Data primer diolah, 2018

Berdasarkan tabel 4.2 menunjukkan bahwa responden yang berusia diantara 26-32 tahun mendominasi dalam berpartisipasi mengisi kuesioner terkait penelitian ini sebanyak 29 orang atau sekitar 30,53% serta responden yang berusia diantara 54-60 tahun menduduki posisi terendah dalam berpartisipasi mengisi kuesioner ini yaitu sebanyak 2 orang atau sekitar 2,11%.

4.2.3 Deskripsi Karakteristik berdasarkan Tingkat Pendidikan

Dalam penelitian yang telah dilakukan ini menunjukkan bahwa terdapat pembagian dari segi tingkat pendidikan responden. Pendidikan bertujuan guna mengembangkan dan memantapkan kemampuan intelektual, kematangan psikologis dan pembentukan watak seseorang. Pendidikan juga sangatlah berperan dalam membentuk pola berpikir seseorang. Berikut pembagian tingkat pendidikan dari responden yang berpartisipasi dalam mengisi kuesioner ini :

Tabel 4.3 : **Karakteristik Responden berdasarkan Tingkat Pendidikan**

NO	Tingkat Pendidikan	Jumlah	Presentase
1.	SLTP/SMP	4	4.21%
2.	SLTA/SMA	30	31.58%
3.	DIPLOMA	7	7.37%
4.	S1	47	49.47%
5.	S2	6	6.32%
6.	S3	1	1.05%
Total		95	100%

Sumber : Data primer diolah, 2018

Berdasarkan tabel 4.3 menunjukkan bahwa mayoritas tingkat pendidikan responden yang berpartisipasi dalam mengisi kuesioner terkait penelitian ini yaitu berpendidikan S1 sebanyak 47 orang atau sekitar 49.47% sedangkan yang terendah ialah responden yang berpendidikan S3 sebanyak 1 orang atau sekitar 1.05%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa responden yang bersedia dan berpartisipasi terbanyak dalam penelitian ini dari segi tingkat pendidikannya ialah responden (nasabah) yang berpendidikan S1.

4.2.4 Deskripsi Karakteristik Pemilihan Jenis Produk Tabungan

Dalam penelitian yang telah dilakukan ini, terdapat dua jenis produk tabungan yang diteliti yaitu produk tabungan mudharabah (tabungan BSM) dan bukan tabungan mudharabah atau sering disebut tabungan wadiah (tabungan simpatik). Berikut ialah karakteristik responden berdasarkan pemilihan jenis produk tabungan dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 4.4 : **Gambaran Responden berdasarkan Jenis Produk Tabungan**

NO	Jenis Tabungan	Jumlah	Presentase
1.	Tabungan Mudharabah	71	74,7%
2.	Tabungan Wadiah	24	25,3%
Total		95	100%

Sumber : Data primer diolah, 2018

Berdasarkan tabel 4.4 menunjukkan bahwa reponden yang menjadi nasabah produk tabungan mudharabah sebanyak 71 orang atau sekitar 74,7% dan responden yang tidak menjadi nasabah produk tabungan mudharabah (nasabah produk tabungan wadiah) sebanyak 24 orang atau sekitar 25,3%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa responden yang bersedia dan berpartisipasi dalam penelitian ini mayoritas adalah nasabah produk tabungan mudharabah (tabungan BSM).

4.3 Uji Instrumen Penelitian

Uji instrument pada penelitian ini menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas yang dilakukan dengan menggunakan program computer IBM *Stastical Product and Science Solution 24.0 (SPSS 24.0) for windows*, sebagai berikut :

4.3.1 Uji Validitas

Uji validitas adalah uji yang digunakan guna menunjukkan sejauh mana alat ukur yang digunakan dalam mengukur sesuatu apa yang diukur (Ghozali, 2016). Hasil penelitian yang valid bila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti (Sugiyono, 2009). Pada penelitian ini, uji validitas dilakukan dengan cara mengkorelasi masing-

masing variabel atau faktor beserta total dari variabel atau faktor. Validitas data diukur dengan membandingkan r_{hitung} dengan r_{tabel} . Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ pada taraf signifikan 5% (0,05) maka pernyataan tersebut dinyatakan valid dan sebaliknya dinyatakan tidak valid. Berikut data uji validitas yang ditunjukkan pada tabel 4.5.

Tabel 4.5 : Hasil Uji Validitas Variabel

Variabel	Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Signifikansi	Keterangan
X1 (Religiusitas)	1	0.700	0.202	0,000	Valid
	2	0.729	0.202	0,000	Valid
	3	0.806	0.202	0,000	Valid
	4	0.861	0.202	0,000	Valid
	5	0.907	0.202	0,000	Valid
X2 (Produk Bank)	1	0.902	0.202	0,000	Valid
	2	0.907	0.202	0,000	Valid
	3	0.932	0.202	0,000	Valid
	4	0.852	0.202	0,000	Valid
X3 (Pelayanan)	1	0.851	0.202	0,000	Valid
	2	0.915	0.202	0,000	Valid
	3	0.940	0.202	0,000	Valid
	4	0.936	0.202	0,000	Valid
	5	0.932	0.202	0,000	Valid
X4 (Pengetahuan)	1	0.922	0.202	0,000	Valid
	2	0.850	0.202	0,000	Valid
	3	0.946	0.202	0,000	Valid
	4	0.925	0.202	0,000	Valid
	5	0.922	0.202	0,000	Valid

Sumber : Data primer diolah, 2018

Berdasarkan tabel 4.5 diketahui bahwa semua item penelitian dari variabel Religiusitas (X_1), Produk Bank (X_2), Pelayanan (X_3) dan Pengetahuan (X_4) karena semua variabel memiliki $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0.202) pada taraf signifikan 5% (0,05%), sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan tersebut telah valid.

4.3.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah uji yang digunakan untuk menguji apakah kuesioner cukup dapat dipercaya menjadi alat untuk pengumpul data. instrumen yang reliabel adalah instrument yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama (Sugiyono, 2009). Dalam penelitian ini reliabilitas diukur menggunakan koefisien alpha. Koefisien alpha dapat diukur dengan menggunakan uji statistik *cronbach alpha* dengan menggunakan program SPSS versi 24.0 dan dikatakan reliabel jika memberikan nilai *cronbach alpha* > 0,7. Jika nilai *cronbach alpha* < 0,7 maka dapat dikatakan variabel tersebut tidak reliabel. Berikut hasil uji reliabilitas dari variabel dalam penelitian yang dilakukan ini.

Tabel 4.6 : Hasil Uji Reliabilitas Variabel

NO	Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
1.	X1 (Religiusitas)	0.858	Reliabel
2.	X2 (Produk Bank)	0.920	Reliabel
3.	X3 (Pelayanan)	0.951	Reliabel
4.	X4 (Pengetahuan)	0.950	Reliabel

Sumber : Data primer diolah, 2018

Suatu Instrumen dapat dikatakan reliabel, jika nilai *alpha cronbach* lebih besar dari 0,7. Berdasarkan data pada tabel 4.6 diketahui bahwa semua variabel pada penelitian berada diatas 0,7 sehingga dapat disimpulkan bahwa item-item pertanyaan dari masing-masing variabel telah reliabel.

4.4 Hasil Analisis Deskriptif

Pada deskripsi jawaban responden ini peneliti akan menjabarkan variasi serta frekuensi jawaban dari responden terhadap item-item pernyataan yang diajukan dalam kuesioner. Hal itu akan dijelaskan sebagai berikut:

4.4.1 Distribusi Frekuensi Variabel Religiusitas (X_1)

Tabel 4.7 : Distribusi Frekuensi Variabel Religiusitas

No	Sangat tidak Setuju		Tidak Setuju		Setuju		Sangat Setuju		Total		Rata-rata
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	0	0	0	0	17	17,9	78	82,1	95	100	3,82
2	0	0	2	2,1	42	44,2	51	53,7	95	100	3,52
3	0	0	2	2,1	23	24,2	70	73,7	95	100	3,72
4	0	0	7	7,4	40	42,1	48	50,5	95	100	3,43
5	0	0	12	12,6	33	34,7	50	52,6	95	100	3,40

Sumber : Data primer diolah, 2018

Berdasarkan tabel 4.7 menunjukkan bahwa pada variabel religiusitas untuk item pertama yaitu mengenai kehadiran Allah sebanyak 17 orang atau 17,9% menyatakan setuju dengan pernyataan bahwa nasabah memilih produk tabungan mudharabah di bank syariah karena merasakan kehadiran Allah dimanapun dan kapanpun.

Untuk item kedua yaitu mengenai menjalankan praktik bermuamalah, sebanyak 42 orang atau 44,2% menyatakan setuju dengan pernyataan bahwa nasabah memilih produk tabungan mudharabah di bank syariah guna menjalankan praktik bermuamalah sesuai dengan syariat islam.

Untuk item ketiga yaitu mengenai kepercayaan bahwa Allah mengamati tingkah laku, sebanyak 23 orang atau 24,2% menyatakan setuju dengan pernyataan bahwa nasabah percaya Allah mengamati tingkah lakunya sehingga nasabah berusaha menghindari riba dengan memilih produk tabungan mudharabah di bank syariah.

Untuk item keempat yaitu mengenai membaca Al Qur'an dan buku-buku agama, sebanyak 40 orang atau 42,1% menyatakan setuju dengan pernyataan bahwa guna menerapkan apa yang telah nasabah baca di Al Qur'an dan buku-buku agama, nasabah memilih produk tabungan mudharabah di bank syariah.

Untuk item kelima yaitu mengenai menyisihkan uang untuk sedekah, sebanyak 33 orang atau 34,7% menyatakan setuju dengan pernyataan bahwa nasabah menyisihkan beberapa uangnya untuk disedekahkan sehingga nasabah memilih produk tabungan mudharabah di bank syariah untuk menyalurkannya.

4.4.2 Distribusi Frekuensi Variabel Produk Bank (X_2)

Tabel 4.8 : **Distribusi Frekuensi Variabel Produk Bank**

No	Sangat tidak Setuju		Tidak Setuju		Setuju		Sangat Setuju		Total		Rata-rata
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	11	11,6	12	12,6	31	32,6	41	43,2	95	100	3,07
2	14	14,7	14	14,7	46	48,4	21	22,1	95	100	2,78
3	17	17,9	10	10,5	48	50,5	20	21,1	95	100	2,75
4	18	18,9	31	32,6	40	42,1	6	6,3	95	100	2,36

Sumber : Data primer diolah, 2018

Berdasarkan tabel 4.8 menunjukkan bahwa pada variabel produk bank untuk item pertama yaitu mengenai prinsip bagi hasil, sebanyak 31 orang atau 32,6% menyatakan setuju dengan pernyataan bahwa nasabah memilih produk tabungan mudharabah di bank syariah karena menggunakan prinsip bagi hasil.

Untuk item kedua biaya administrasi yang ditetapkan tidak terlalu besar, sebanyak 46 orang atau 48,4% menyatakan setuju dengan pernyataan bahwa nasabah memilih produk tabungan mudharabah di bank syariah karena biaya administrasi yang ditetapkan tidak terlalu besar.

Untuk item ketiga mengenai imbal bagi hasil atas dana yang ditabung, sebanyak 48 orang atau 50,5% menyatakan setuju dengan pernyataan bahwa nasabah memilih produk tabungan mudharabah di bank syariah karena memperoleh imbal bagi hasil atas dana yang ditabung.

Untuk item keempat mengenai bagi hasil yang cukup besar, sebanyak 40 orang atau 42,1% menyatakan setuju dengan pernyataan bahwa nasabah memilih produk tabungan mudharabah di bank syariah karena memperoleh bagi hasil yang cukup besar.

4.4.3 Distribusi Frekuensi Variabel Pelayanan (X_3)

Tabel 4.9 : Distribusi Frekuensi Variabel Pelayanan

No	Sangat tidak Setuju		Tidak Setuju		Setuju		Sangat Setuju		Total		Rata-rata
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	17	17,9	18	18,9	45	47,4	15	15,8	95	100	2,61
2	17	17,9	12	12,6	44	46,3	22	23,2	95	100	2,75
3	23	24,2	10	10,5	38	40	24	25,3	95	100	2,66
4	23	24,2	8	8,4	48	50,5	16	16,8	95	100	2,60
5	19	20	12	12,6	31	32,6	33	34,7	95	100	2,82

Sumber : Data primer diolah, 2018

Berdasarkan tabel 4.9 menunjukkan bahwa pada variabel pelayanan untuk item pertama mengenai risiko, sebanyak 45 orang atau 47,4% menyatakan setuju dengan pernyataan bahwa nasabah tetap memilih produk tabungan mudharabah di bank syariah walaupun memiliki risiko dari dana yang ditabung.

Untuk item kedua mengenai fasilitas atm, buku tabungan, dll, sebanyak 44 orang atau 46,3% menyatakan setuju dengan pernyataan bahwa nasabah memilih produk tabungan mudharabah di bank syariah karena memperoleh fasilitas atm, buku tabungan, dll.

Untuk item ketiga mengenai membayar zakat melalui atm, sebanyak 38 orang atau 40% menyatakan setuju dengan pernyataan bahwa nasabah memilih produk tabungan mudharabah di bank syariah karena dapat menyisihkan uangnya untuk membayar zakat melalui atm.

Untuk item keempat mengenai kesesuaian karakteristik yang dijelaskan diawal pembukaan rekening, sebanyak 48 orang atau 50,5% menyatakan setuju dengan pernyataan bahwa nasabah memilih produk tabungan mudharabah di bank syariah karena sesuai dengan karakteristik yang dijelaskan diawal pembukaan rekening.

Untuk item kelima mengenai penyaluran kepada usaha yang halal, sebanyak 31 orang atau 32,6% menyatakan setuju dengan pernyataan bahwa nasabah memilih produk tabungan mudharabah di bank syariah karena uang yang ditabung disalurkan kepada usaha yang halal.

4.4.4 Distribusi Frekuensi Variabel Pengetahuan (X_4)

Tabel 4.10 : Distribusi Frekuensi Variabel Pengetahuan

No	Sangat tidak Setuju		Tidak Setuju		Setuju		Sangat Setuju		Total		Rata-rata
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	16	16,8	11	11,6	35	36,8	33	34,7	95	100	2,89
2	15	15,8	23	24,2	38	40	19	20	95	100	2,64
3	19	20	9	9,5	30	31,6	37	38,9	95	100	2,89
4	12	12,6	16	16,8	40	42,1	27	28,4	95	100	2,86
5	15	15,8	13	13,7	39	41,1	28	29,5	95	100	2,84

Sumber : Data primer diolah, 2018

Berdasarkan tabel 4.10 menunjukkan bahwa pada variabel pelayanan untuk item pertama mengenai kesepakatan (akad) pada produk tabungan mudharabah, sebanyak 35 orang atau 36,8% menyatakan setuju dengan pernyataan bahwa nasabah mengetahui bahwa kesepakatan (akad) dalam produk tabungan mudharabah di bank syariah sudah sesuai dengan syariat islam.

Untuk item kedua mengenai risiko atas dana yang ditabung, sebanyak 38 orang atau 40% menyatakan setuju terhadap pernyataan bahwa nasabah mengetahui bahwa pada produk tabungan mudharabah terdapat risiko atas dana yang ditabungnya.

Untuk item ketiga mengenai menghindari riba, sebanyak 30 orang atau 31,6% menyatakan setuju dengan pernyataan bahwa nasabah dapat menghindari riba dengan bertransaksi menggunakan produk tabungan mudharabah di bank syariah.

Untuk item keempat mengenai sistem bagi hasil, sebanyak 40 orang atau 42,1% menyatakan setuju dengan pernyataan bahwa dengan menggunakan sistem bagi hasil yang diterapkan pada produk tabungan mudharabah, maka keadilan pembagian keuntungan lebih terjamin.

Untuk item kelima mengenai fitur zakat, sebanyak 39 orang atau 41,1% menyatakan setuju dengan pernyataan bahwa dengan adanya fitur zakat pada tabungan mudharabah membuat nasabah merasa senang dan puas.

4.6 Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan model regresi logistik. Regresi logistik ini digunakan untuk menguji pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat, dimana variabel bebas dalam penelitian ini ialah variabel religiusitas, produk bank, pelayanan serta pengetahuan. Sedangkan variabel terikatnya ialah apakah nasabah menggunakan produk tabungan mudharabah (tabungan BSM) dengan syarat nilai pada variabel terikat ialah 0 dan 1. Adapun hasil pengujian dapat dilihat sebagai berikut.

4.6.1 Uji Multikolinearitas

Sebelum melakukan analisis regresi logit lebih lanjut, penelitian ini menggunakan 4 variabel bebas, oleh karenanya perlu dipastikan tidak terjadi multikolinearitas diantara variabel bebas tersebut. Uji multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui bahwa tidak terjadi hubungan linear yang sangat kuat antar variabel bebas.

Adapun cara pengujiannya adalah dengan menggunakan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*), dimana variabel dikatakan tidak saling berkaitan ketika nilai VIF < 10. Hasil uji multikolinearitas pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel 4.11

Tabel 4.11: **Hasil Uji Multikolinearitas**

Variabel Bebas	Collinearity Statistic
	VIF
Religiusitas	1.628
Produk Bank	3.577
Pelayanan	4.774
Pengetahuan	5.606

Sumber : Data primer diolah, 2018

Dari hasil pengujian yang dilakukan didapat nilai VIF untuk masing-masing variabel bebas sebesar 1,628 (Religiusitas), 3,577 (Produk Bank), 4,774 (Pelayanan) dan 5,606 (Pengetahuan), dimana semua nilai VIF tersebut < 10 sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antar variabel bebas

4.6.2 Uji Kelayakan Model Regresi

Uji kelayakan model regresi dilakukan guna melihat hasil yang diperoleh apakah dapat digunakan atau tidak. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan uji *Hosmer and Lemeshow*.

Tabel 4.12 : **Hasil Uji Hosmer dan Lemeshow**

Hosmer and Lemeshow Test			
Step	Chi-square	df	Sig.
1	5.786	7	.565

Dari hasil uji *hosmer and lemeshow* guna melihat apakah model tersebut baik atau tidak (*goodness of fit*). Model dikatakan layak/memenuhi fit model jika nilai signifikansinya diatas 0,05. Adapun hasil yang diperoleh dari penelitian ini besarnya nilai signifikansinya yaitu $0,565 > 0,05$ maka dari itu dari hasil uji *hosmer and lemeshow* model tersebut dinyatakan layak dan bisa diterima (*fit*).

4.6.3 Uji Koefisien Determinasi (*Nagelkerke Rsquare*)

Tabel 4.13 : Hasil Koefisien Determinasi

Model Summary			
Step	-2 Log likelihood	Cox & Snell R Square	Nagelkerke R Square
1	29.761 ^a	.558	.825
a. Estimation terminated at iteration number 8 because parameter estimates changed by less than .001.			

Uji koefisien determinasi berguna untuk melihat kemampuan variabel independen secara keseluruhan dalam menjelaskan variabel dependen. Dari hasil pengujian yang dilakukan mendapatkan hasil *Nagelkerke R Square* adalah sebesar 0,825 dimana artinya variabel preferensi memilih produk tabungan mudharabah dalam penelitian ini mampu dijelaskan oleh seluruh variabel independen sebesar 82,5%, sementara 17,5% dapat dijelaskan oleh variabel-variabel lainnya diluar model penelitian.

4.6.4 Uji Tabel Klasifikasi

Untuk memperjelas gambaran atas prediksi model dengan data observasi, dapat ditunjukkan dengan tabel klasifikasi. Tabel klasifikasi ini mengkonfirmasi bahwa tidak ada perbedaan yang sangat signifikan antara prediksi model dengan data observasi yang dapat dilihat pada tabel 4.14.

Tabel 4.14 : Hasil Prediksi Model

Classification Table ^a					
	Observed		Predicted		
			y		Percentage Correct
			0	1	
Step 1	Y	0	21	3	87.5
		1	2	69	97.2
	Overall Percentage				94.7
	a. The cut value is .500				

Seperti yang telah disinggung sebelumnya bahwa uji tabel klasifikasi ini berguna untuk melihat bahwa tidak ada perbedaan yang sangat signifikan antara prediksi model dengan data observasi atau melihat seberapa besar ketepatan prediksi jawaban atas penelitian yang telah dilakukan tersebut. Dari tabel klasifikasi diperoleh hasil bahwa ketepatan prediksi dalam penelitian ini adalah sebesar 94,7%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa ketepatan antara model dengan data observasi sebesar 94,7% dan tingkat *error*/tingkat kesalahannya sebesar 5,3%.

4.6.5 Uji Keseluruhan Model (*overall model fit*)

Uji keseluruhan model ini digunakan untuk mengetahui apakah semua variabel independen didalam regresi secara serentak atau simultan mempengaruhi variabel dependen atau tidak. Adapun ketentuannya ialah jika nilai signifikansi lebih kecil dari alpha maka dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh secara simultan/serempak variabel bebas terhadap variabel terikatnya dan sebaliknya. Adapun hasil dari uji keseluruhan model dapat dilihat pada tabel 4.15.

Tabel 4.15 : Hasil Uji Omnibus

Omnibus Tests of Model Coefficients				
		Chi-square	df	Sig.
Step 1	Step	77.628	4	.000
	Block	77.628	4	.000
	Model	77.628	4	.000

Dari hasil uji omnibus diperoleh hasil bahwa nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ yang artinya bahwa seluruh variabel bebas dalam penelitian ini secara bersama-sama mampu menjelaskan model dengan baik atau dapat dikatakan memiliki pengaruh secara serempak terhadap model.

4.6.6 Uji Parsial

Pada uji ini akan menjelaskan ada tidaknya pengaruh dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat pada persamaan regresi logistik.

Tabel 4.16 : Hasil Uji Parsial

Variables in the Equation							
		B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)
Step 1 ^a	x1	1.131	.444	6.486	1	.011	3.099
	x2	-.671	.297	5.081	1	.024	.511
	x3	.580	.253	5.247	1	.022	1.786
	x4	.508	.244	4.352	1	.037	1.663
	Constant	-24.921	8.910	7.823	1	.005	.000
a. Variable(s) entered on step 1: x1, x2, x3, x4.							

Seperti yang telah disinggung sebelumnya, bahwa uji parsial ini untuk melihat dan menjelaskan pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat dan jika dimasukkan kedalam model menjadi sebagai berikut:

$$\text{Ln} \frac{P}{1-P} = -24,921 + 1,131 \text{ Religiusitas} + (-0,671 \text{ Produk Bank}) + 0,580 \text{ Pelayanan} + 0,508 \text{ Pengetahuan} + \mu_i (e)$$

1. Religiusitas terhadap preferensi nasabah memilih produk tabungan mudharabah di bank syariah.

Berdasarkan hasil analisis dimana variabel religiusitas memiliki nilai signifikansi sebesar $0,011 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel religiusitas terhadap variabel terikatnya ialah kecenderungan nasabah memilih produk tabungan mudharabah. Koefisien korelasi regresi pada variabel religiusitas bertanda positif (+) menunjukkan bahwasannya semakin baik/tingginya tingkat religiusitas nasabah maka nasabah cenderung akan memilih produk tabungan mudharabah di bank syariah.

2. Produk Bank terhadap preferensi nasabah memilih produk tabungan mudharabah di bank syariah.

Berdasarkan hasil analisis dimana variabel produk bank memiliki nilai signifikansi sebesar $0,024 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel produk bank terhadap variabel terikatnya ialah kecenderungan nasabah memilih produk tabungan mudharabah. Koefisien korelasi regresi pada variabel produk bank bertanda negatif (-) menunjukkan pengaruh variabel produk bank terhadap preferensi nasabah memilih produk tabungan mudharabah tidak searah. Variabel produk bank memiliki pengaruh yang negatif terhadap preferensi nasabah memilih produk tabungan mudharabah di Bank Syariah Mandiri Cibinong yang berarti apabila tingkat produk bank meningkat dengan menganggap faktor lain tetap maka justru menurunkan preferensi

nasabah dalam memilih produk tabungan mudharabah di Bank Syariah Mandiri Cibinong.

3. Pelayanan terhadap preferensi nasabah memilih produk tabungan mudharabah di bank syariah.

Berdasarkan hasil analisis dimana variabel pelayanan memiliki nilai signifikansi sebesar $0,022 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel pelayanan terhadap variabel terikatnya ialah kecenderungan nasabah memilih produk tabungan mudharabah. Koefisien korelasi regresi pada variabel pelayanan bertanda positif (+) menunjukkan bahwasannya semakin baik pelayanan yang diberikan oleh pihak bank maka nasabah cenderung akan memilih produk tabungan mudharabah di bank syariah.

4. Pengetahuan terhadap preferensi nasabah memilih produk tabungan mudharabah di bank syariah.

Berdasarkan hasil analisis dimana variabel pengetahuan memiliki nilai signifikansi sebesar $0,037 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel pengetahuan terhadap variabel terikatnya ialah kecenderungan nasabah memilih produk tabungan mudharabah. Koefisien korelasi regresi pada variabel pengetahuan bertanda positif (+) menunjukkan bahwasannya semakin baik pengetahuan nasabah maka nasabah cenderung akan memilih produk tabungan mudharabah di bank syariah.

4.7 Pembahasan

Sudut pandang serta cara berfikir seseorang sangatlah beragam dalam menghadapi dan menanggapi suatu permasalahan. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan diperoleh hasil analisis bahwa adanya pengaruh yang signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat pada penelitian ini, dimana variabel bebas terdiri dari faktor religiusitas, produk bank, pelayanan dan pengetahuan sedangkan variabel terikatnya ialah preferensi nasabah memilih produk tabungan mudharabah di bank syariah. Adapun dari penelitian yang telah dilaksanakan, diperoleh hasil dari 95 responden diantaranya yang memilih menjadi nasabah produk tabungan mudharabah di bank syariah ialah sebanyak 71 orang (responden) sedangkan yang memilih menjadi nasabah produk tabungan wadiah di bank syariah ialah sebanyak 24 orang (responden). Adapun pembahasan lebih lanjut mengenai pengaruh variabel bebas terhadap preferensi nasabah memilih produk tabungan mudharabah di bank syariah adalah sebagai berikut.

4.7.1 Pengaruh Religiusitas Terhadap Preferensi Nasabah Memilih Produk Tabungan Mudharabah di Bank Syariah

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa variabel religiusitas berpengaruh signifikan terhadap preferensi memilih produk tabungan mudharabah di bank syariah dengan nilai signifikansi sebesar 0,011 yaitu lebih kecil dari 0,05 sehingga hipotesis dapat diterima.

Menurut taufiqurrohman (2017), religiusitas adalah suatu bentuk hubungan antara manusia dengan penciptanya melalui ajaran agama yang telah diwujudkan atau dihayati dalam diri seseorang serta tercermin dalam sikap dan perilakunya sehari-hari. Sedangkan Glock & Stark (Dalam Ancok, 2008) menambahkan bahwa dalam *religiusitas* terdapat lima dimensi yang mempengaruhinya yaitu:

1. Dimensi keyakinan atau Ideologis

Dimensi keyakinan adalah tingkatan sejauh mana seseorang menerima hal-hal yang dogmatic (keyakinan) dalam agamanya, misalnya kepercayaan kepada Tuhan, malaikat, surga dan neraka.

2. Dimensi praktik agama atau ritualistik

Dimensi praktik agama yaitu tingkatan sejauh mana seseorang mengerjakan kewajiban-kewajiban ritual dalam agamanya. Unsur yang ada dalam dimensi ini mencakup pemujaan, ketaatan, serta hal-hal yang lebih menunjukkan komitmen seseorang dalam agama yang dianutnya. zakat, haji ataupun praktek muamalah lainnya.

3. Dimensi pengalaman atau eksperiensial

Dimensi pengalaman adalah perasaan-perasaan atau pengalaman yang pernah dialami dan dirasakan. Misalnya merasa dekat dengan Tuhan, merasa takut berbuat dosa, merasa doanya dikabulkan, diselamatkan oleh Tuhan, dan sebagainya.

4. Dimensi pengetahuan agama atau intelektual

Dimensi pengetahuan agama adalah dimensi yang menerangkan seberapa jauh seseorang mengetahui tentang ajaran-ajaran agamanya.

5. Dimensi konsekuensi

Yaitu dimensi yang mengukur sejauh mana perilaku seseorang dimotivasi oleh ajaran-ajaran agamanya dalam kehidupan sosial, misalnya apakah ia mengunjungi tetangganya sakit, menolong orang yang kesulitan, mendermakan hartanya, dan sebagainya.

Tingkat hubungan antara manusia dengan penciptanya atau religiusitas ini berkaitan juga dengan kecenderungan nasabah dalam memilih produk tabungan mudharabah di bank syariah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel religiusitas berpengaruh signifikan dan positif terhadap preferensi nasabah dalam

memilih produk tabungan mudharabah, jadi semakin baik religiusitas nasabah Bank Syariah Mandiri Cibinong, maka tingkat kecenderungan untuk memilih produk tabungan mudharabah juga akan semakin meningkat, karena ia (nasabah) akan berhati-hati dan selektif dalam memilih apa yang akan dia lakukan agar tidak menyimpang dari ajaran agama islam.

Hasil tersebut juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Lestari (2015) yang memberikan kesimpulan bahwasannya tingkat religiusitas mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya berpengaruh terhadap preferensi menabung di bank syariah.

4.7.2 Pengaruh Produk Bank Terhadap Preferensi Nasabah Memilih Produk Tabungan Mudharabah di Bank Syariah

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa variabel produk bank berpengaruh signifikan terhadap preferensi memilih produk tabungan mudharabah di bank syariah dengan nilai signifikansi sebesar 0,024 yaitu lebih kecil dari 0,05 sehingga hipotesis dapat diterima.

Menurut Simamora (2003), produk ialah segala sesuatu (jasa atau barang) yang ditawarkan kedalam pasar untuk dikonsumsi sehingga dapat memenuhi kebutuhannya. Sebagai suatu perusahaan yang bergerak dibidang jasa, bank syariah tentu juga menawarkan produk-produk yang dimilikinya baik produk yang berupa tabungan (simpanan) maupun pembiayaan. Dalam penelitian ini untuk mengukur variabel produk bank, peneliti menggunakan indikator prinsip atas produk, biaya administrasi, keuntungan dan besaran keuntungan, yang menjadi bahan pertimbangan bagi responden dalam memilih produk tabungan mudharabah di bank syariah.

Adapun dari hasil penelitian yang telah dilakukan menyatakan bahwa variabel produk bank ini mempunyai pengaruh signifikan yang negatif terhadap preferensi nasabah memilih produk tabungan mudharabah di Bank Syariah Mandiri Cibinong yang berarti apabila tingkat produk bank meningkat maka justru menurunkan preferensi nasabah dalam memilih produk tabungan mudharabah di Bank Syariah Mandiri Cibinong. Hasil tersebut juga terjadi pada penelitian Mukromin (2017) dimana variabel produk bank ini juga berkorelasi negatif tetapi pada penelitian Mukromin selain berkorelasi negatif, variabel produk bank ini juga tidak berpengaruh terhadap preferensi mahasiswa (nasabah) menabung di bank syariah.

Hasil penelitian yang menunjukkan bahwa variabel produk bank justru berpengaruh negatif terhadap preferensi nasabah dalam memilih produk mudharabah disebabkan oleh tidak semua responden setuju terkait alasan memilih produk tabungan mudharabah karena besaran bagi hasil yang ditetapkan oleh pihak bank yaitu sebanyak 31 responden tidak setuju atau sekitar 32,6%. Hal itu disebabkan besaran bagi hasil yang ditetapkan oleh pihak bank sangatlah kecil padahal besaran bagi hasil merupakan salah satu hal yang menarik minat nasabah seperti yang dipaparkan oleh Yogiarto (2015) bahwa dengan nisbah bagi hasil yang tinggi masyarakat akan tertarik untuk menitipkan dananya pada bank dengan harapan mendapatkan imbalan yang diterima, adapun besaran bagi hasil yang ditetapkan oleh Bank Syariah Mandiri Cibinong adalah sebagai berikut :

Tabel 4.17 : **Besaran Bagi Hasil Bank Syariah Mandiri Cibinong**

Saldo	Nasabah	Bank
<Rp 100 juta	15	85
≥Rp 100 juta	22	78

Sumber : Bank Syariah Mandiri Cibinong, 2017

Adapun sampel pada penelitian ini ialah menggunakan *Insidental Sampling* (kebetulan/incidental bertemu dengan peneliti dan cocok sebagai sumber data), maka rata-rata nasabah yang menabung tersebut adalah nasabah yang memiliki saldo tabungan dibawah 100 Juta sehingga bagi hasil yang diberikan kepada nasabah sangatlah kecil dan lebih banyak bagi hasil yang diterima oleh pihak bank sehingga membuat faktor produk bank ini menjadi memiliki pengaruh yang negatif terhadap preferensi memilih produk tabungan mudharabah di bank syariah.

4.7.3 Pengaruh Pelayanan Terhadap Preferensi Nasabah Memilih Produk Tabungan Mudharabah di Bank Syariah

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, menunjukkan bahwasannya variabel pelayanan berpengaruh signifikan terhadap preferensi memilih produk tabungan mudharabah di bank syariah dengan nilai signifikansi sebesar 0,022 yaitu lebih kecil dari 0,05 sehingga hipotesis dapat diterima.

Menurut Moenir (1995), pelayanan adalah suatu kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan landasan tertentu dimana tingkat pemuasannya hanya dapat dirasakan oleh orang yang melayani atau dilayani, tergantung kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan penggunanya. Dalam penelitian ini untuk mengukur variabel pelayanan, peneliti menggunakan indikator yaitu keamanan (*security*), *tangibles* (bukti fisik), ciri-ciri/keistimewaan tambahan dan kesesuaian dengan spesifikasi yang menjadi bahan pertimbangan bagi responden dalam memilih produk tabungan mudharabah.

Adapun hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel pelayanan ini berpengaruh signifikan dan positif terhadap preferensi nasabah dalam memilih produk tabungan mudharabah, jadi semakin baik pelayanan yang diberikan oleh Bank Syariah Mandiri Cibinong maka akan meningkatkan kecenderungan nasabah dalam memilih produk tabungan mudharabah di Bank Syariah Mandiri

Cibinong. Hasil tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Januar (2016), dimana pada penelitiannya diperoleh hasil bahwa variabel pelayanan berpengaruh terhadap perilaku konsumen menabung dalam menggunakan perbankan syariah.

4.7.4 Pengaruh Pengetahuan Terhadap Preferensi Nasabah Memilih Produk Tabungan Mudharabah di Bank Syariah

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, menunjukkan bahwa variabel pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap preferensi memilih produk tabungan mudharabah di bank syariah dengan nilai signifikansi sebesar 0,037 yaitu lebih kecil dari 0,05 sehingga hipotesis yang disusun dapat diterima.

Menurut Simamora (2007), dalam melakukan pembelian suatu produk atau jasa seseorang harus melalui beberapa tahapan salah satunya ialah pencarian informasi. Dalam tahap pencarian informasi ini, nasabah dituntut memiliki pengetahuan yang cukup dalam mengonsumsi suatu produk atau jasa. Menurut Peter dan Olson (1999) pengetahuan produk dibagi menjadi 3 jenis yaitu :

1. Pengetahuan Atribut Produk

Yaitu ciri-ciri dari produk atau jasa yang akan dikonsumsi

2. Pengetahuan Manfaat Produk

ialah hasil atau manfaat saat produk dibeli dan digunakan atau dikonsumsi

3. Pengetahuan sebagai pemuas nilai

ialah pengetahuan konsumen mengenai nilai simbolis personal produk atau merek. Pemenuhan nilai ini seperti merasa aman, senang dan kepuasan.

Tahapan pencarian informasi atau pengetahuan ini berkaitan juga dengan kecenderungan nasabah memilih produk tabungan di bank syariah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel pengetahuan berpengaruh signifikan dan positif terhadap preferensi nasabah dalam memilih produk tabungan mudharabah, jadi semakin baik/tinggi tingkat pengetahuan nasabah Bank Syariah Mandiri Cibinong, maka tingkat kecenderungan memilih produk tabungan mudharabah juga semakin tinggi pula. Hasil tersebut juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Padmaninggar (2016), dimana pada penelitiannya diperoleh hasil bahwa faktor pengetahuan berpengaruh positif terhadap minat menabung mahasiswa Ekonomi Islam Universitas Brawijaya di perbankan syariah.

4.8 Implementasi Penelitian

Dalam islam kita sudah mengetahui bahwa bunga hukumnya adalah haram. Praktek pembunga yang hukumnya adalah haram ini, biasanya dilakukan oleh bank, asuransi, pasar modal dan lembaga keuangan lainnya maupun oleh individu. Adapun salah satu lembaga keuangan yang dekat dimasyarakat ialah salah satunya yaitu perbankan, dimana perbankan adalah lembaga yang 3 fungsi utama yaitu menerima simpanan uang, meminjamkan uang dan jasa pengiriman uang. Dalam sejarah perekonomian kaum muslimin, fungsi bank telah dikenal sejak jaman Rasulullah SAW, fungsi-fungsi tersebut sama halnya seperti yang sebelumnya telah disinggung yaitu menerima titipan uang, meminjamkan uang untuk konsumsi dan keperluan bisnis serta melakukan pengiriman uang. Bolehkah praktek perbankan ini dilakukan?. Dalam urusan muamalat, hukum asal sesuatu adalah boleh kecuali jika ada dalil yang melarangnya (Hosen, 2005).

Perbankan syariah adalah lembaga keuangan/perbankan yang operasionalnya dan produknya dikembangkan berlandaskan pada Al Qur'an dan Hadist (Muhamad, 1987). Dimana dalam aktifitasnya, perbankan syariah ini menggunakan akad yang sesuai dengan syariat islam seperti *mudharabah* (bagi hasil), *musyarakah*, dan lain sebagainya. Seperti yang telah di singgung sebelumnya bahwa dalam aktifitas perbankan itu terdapat salah satu aktifitasnya ialah menerima simpanan uang (menghimpun dana). Dalam menghimpun dana, pihak bank khususnya di Bank Syariah Mandiri Cibinong memiliki jenis produk tabungan diantaranya ialah Tabungan BSM (Tabungan Mudharabah) dan Tabungan Simpatik (Tabungan Wadiah). Adapun pada kesempatan ini, peneliti telah melakukan penelitian di Bank Syariah Mandiri mengenai faktor apa yang mempengaruhi preferensi nasabah dalam memilih produk tabungan mudharabah (Tabungan BSM), hal ini dilakukan guna mengetahui apa saja yang membuat nasabah memilih produk tabungan mudharabah di bank syariah sehingga nantinya peneliti dapat memberikan saran kepada pihak bank guna meningkatkan kecenderungan nasabah menabung di Bank Syariah Mandiri Cibinong khususnya dalam memilih produk tabungan mudharabah.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dipaparkan sebelumnya bahwa kecenderungan nasabah dalam memilih produk tabungan mudharabah di bank syariah dipengaruhi secara signifikan dan positif oleh faktor religiusitas, pelayanan dan pengetahuan sedangkan faktor produk bank juga ikut mempengaruhi preferensi nasabah dalam memilih produk tabungan mudharabah tetapi memiliki pengaruh signifikan yang negatif, sehingga untuk meningkatkan kecenderungan nasabah dalam memilih produk tabungan mudharabah di bank syariah, pihak bank seharusnya senantiasa terus memberikan penyuluhan, sosialisasi, bazaar dan lain sebagainya guna menarik minat masyarakat untuk lebih prefer menabung d bank

syariah khususnya di Bank Syariah Mandiri Cibinong ini. Dengan semakin banyaknya nasabah yang memilih produk tabungan mudharabah di Bank Syariah Mandiri Cibinong, nantinya membuat Bank Syariah Mandiri Cibinong memperoleh dana lebih banyak guna menyalurkan pembiayaan atau memberikan pinjaman modal (tentunya dengan akad yang sesuai syariat islam) kepada masyarakat (nasabah) yang membutuhkan suntikan dana guna memproduksi barang atau produknya, dengan semakin banyaknya masyarakat (nasabah) yang membuat suatu usaha maka akan menyebabkan perekonomian Indonesia menjadi meningkat, seperti yang dipaparkan oleh Darwanto (2012) bahwa *entrepreneur* (wirausaha) memiliki peran penting dalam kegiatan produktif yang mendorong pertumbuhan suatu negara. Tidak hanya itu, dengan usaha baru yang dibangunnya tersebut akan membuka lapangan pekerjaan, mengurangi pengangguran serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Semakin tinggi jumlah wirausahawan maka semakin tinggi juga pertumbuhan ekonomi suatu negara. Sehingga secara tidak langsung, dengan meningkatnya kecenderungan nasabah dalam memilih produk tabungan mudharabah di Bank Syariah Mandiri Cibinong akan mempengaruhi peningkatan perekonomian negara Indonesia, mengurangi pengangguran serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat Indonesia.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan guna mengetahui apakah variabel Religiusitas, Produk Bank, Pelayanan dan Pengetahuan dapat mempengaruhi preferensi nasabah dalam memilih produk tabungan mudharabah di Bank Syariah. Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dipaparkan sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Faktor Religiusitas berpengaruh terhadap preferensi nasabah dalam memilih produk tabungan mudharabah di Bank Syariah Mandiri Cibinong. Semakin tinggi tingkat religiusitas nasabah maka kecenderungan untuk memilih produk tabungan mudharabah di Bank Syariah Mandiri Cabang Cibinong juga akan meningkat.
2. Faktor Produk Bank berpengaruh terhadap preferensi nasabah dalam memilih produk tabungan mudharabah di Bank Syariah Mandiri Cibinong, tetapi pada faktor produk bank ini apabila tingkat produk bank meningkat maka justru menurunkan preferensi nasabah dalam memilih produk tabungan mudharabah di Bank Syariah Mandiri Cibinong.
3. Faktor Pelayanan berpengaruh terhadap preferensi nasabah dalam memilih produk tabungan mudharabah di Bank Syariah Mandiri Cibinong. Semakin tinggi tingkat pelayanan yang diberikan oleh pihak bank maka kecenderungan nasabah untuk memilih produk tabungan mudharabah di Bank Syariah Mandiri Cabang Cibinong juga akan meningkat pula.

4. Faktor Pengetahuan berpengaruh terhadap preferensi nasabah dalam memilih produk tabungan mudharabah di Bank Syariah Mandiri Cibinong. Semakin baik/tingginya tingkat pengetahuan nasabah maka semakin tinggi juga kecenderungan nasabah untuk memilih produk tabungan mudharabah di Bank Syariah Mandiri Cabang Cibinong.

5.2 Saran

Dari hasil, pembahasan serta kesimpulan yang telah dipaparkan sebelumnya pada penelitian ini, peneliti ingin menyampaikan beberapa saran terkait penelitian yang telah dilakukan, diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Dari segi pelayan diharapkan Bank Syariah Mandiri Cibinong senantiasa terus meningkatkan pelayanan kepada nasabahnya agar nasabah lebih prefer memilih produk tabungan mudharabah di bank syariah khususnya pada penjelasan mengenai karakteristik produk tabungan mudharabah agar nasabah lebih memahami terkait produk tabungan mudharabah di bank syariah.
2. Dari segi pengetahuan, Bank Syariah Mandiri Cibinong perlu lebih aktif lagi dalam memberikan penjelasan, penyuluhan atau sosialisasi terkait produk tabungan yang terdapat di bank syariah, akad yang digunakannya, penyaluran dana diberikan kemana, risiko apa yang diperoleh nasabah dan lain sebagainya agar masyarakat lebih memahami semua hal terkait perbankan syariah, khususnya produk mudharabah di bank syariah.

3. Dari segi faktor produk bank dimana diperoleh hasil apabila tingkat produk bank meningkat maka justru menurunkan preferensi nasabah dalam memilih produk tabungan mudharabah di Bank Syariah Mandiri Cibinong maka dari itu pihak bank perlu meningkatkan besaran bagi hasil yang diberikan kepada nasabah agar nasabah tertarik/prefer memilih produk tabungan mudharabah di Bank Syariah Mandiri Cibinong



DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, Komaruddin. 1996. *Dasar-Dasar Manajemen Investasi*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Ajija, Shochrul R. 2011. *Cara Cerdas Menguasai EViews*. Jakarta: Salemba Empat.
- Al-Qur'an dan Terjemahannya. 2013. Departemen Agama RI. Klaten : Sahabat.
- Ancok, Jamaludin; Suroso, Nashoni, Fuat. 1994. *Psikologi Islami Atas Problem-Problem Psikologi*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Anto, Hendrie. *Pengantar Ekonomika Mikro Islami*. Yogyakarta : Ekonisia.
- Antonio, Muhammad Syafi'i. 2001. *Bank Syariah Dari Teori ke Praktik*. Jakarta : Gema Insani Press.
- Arief, Sritua. 2006. *Metodologi Penelitian Ekonomi*. Jakarta : Universitas Indonesia (UI-Press).
- Ascarya. 2013. *Akad & Produk Bank Syariah*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Badan Pusat Statistik. 2010. *Penduduk Menurut Wilayah dan Agama yang Dianut*. <https://sp2010.bps.go.id/index.php/site/tabel?tid=321>. Diakses 18 Oktober 2017.
- Bank Indonesia. *Kamus*. <http://www.bi.go.id/id/Kamus.aspx?id=B>. Diakses 04 Januari 2017.
- Bank Syariah Mandiri. 2017. *Laporan Keuangan PT Bank Syariah Mandiri*. https://www.syariahamandiri.co.id/assets/pdf/laporan-triwulan/Laporan_Kuangan_BSM_-_TRIWULAN_I_2017.pdf. Diunduh pada 10 November 2017.
- Bank Syariah Mandiri. 2017. *Jaringan PT Bank Syariah Mandiri*. <https://www.syariahamandiri.co.id/layanan-nasabah/jaringan>. Diakses pada 10 November 2017.
- Bank Syariah Mandiri Cibinong. 2017. *Laporan Keuangan PT Bank Syariah Mandiri Cibinong*. Kabupaten Bogor.
- Bank Syariah Mandiri Cibinong. 2017. *Sales Kit PT Bank Syariah Mandiri Cibinong*. Kabupaten Bogor.
- Bank Syariah Mandiri Cibinong. 2017. *Laporan Pembukaan Rekening PT Bank Syariah Mandiri Cibinong*. Kabupaten Bogor.
- Boediono. 1988. *Ekonomi Moneter*. Yogyakarta : BPFE-Yogyakarta.
- Darwanto. 2012. *Peran Entrepreneurship dalam Mendorong Pertumbuhan Ekonomi dan Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat*. Semarang : Universitas Diponegoro.
- Dwiastuti, Rini, Agustina Shinta, Riyanti Isaskar. 2012. *Ilmu Perilaku Konsumen*. Malang : UB Press.

- Erik Purnama Putra. 2016. *Persentase Umat Islam di Indonesia Jadi 85 Persen*. <http://nasional.republika.co.id/berita/nasional/umum/16/01/09/o0ow4v334-persentase-umat-islam-di-indonesia-jadi-85-persen>. Diakses 18 Oktober 2017.
- Ernawati, Tatik. 2015. Pengaruh Produk, Pelayanan, Promosi, Lokasi dan Bagi Hasil Terhadap Keputusan Masyarakat Memilih Bank Syariah (Survey pada BTM Syariah Cabang Surakarta). Surakarta : Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Firdaus, Muhammad. 2011. *Ekonometrika Suatu Pendekatan Aplikatif*. Jakarta : PT Bumi Aksara.
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hendra, dkk. 2013. *Ruang Lingkup Ekonomi Mikro Islam*. IAIN Bengkulu: Fakultas Syari'ah dan Ekonomi Islam.
- Hermawan, Agus. 2012. *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta : Erlangga.
- Hosen, Muhammad Nadrattuzaman. 2005. *Perbankan Syariah*. Jakarta: Pusat Komunikasi Ekonomi Syariah (PKES Publishing).
- Jannah, Tsarwatul. 2011. *Bank Syariah Mandiri Dalam Pemberdayaan Masyarakat Kota Cilegon*. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah.
- Januar, Andriano. 2016. *Keputusan Nasabah Menabung di Perbankan Syariah (Studi Pada Mahasiswa Universitas Brawijaya Malang)*. Malang: Universitas Brawijaya.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia. Arti kata preferensi. (Online). <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/preferensi>. Diakses pada 10 November 2017.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia. Arti kata produk. (Online). <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/produk>. Diakses pada 10 November 2017.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia. Arti kata risiko. (Online). <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/produk>. Diakses pada 10 November 2017.
- Karim, Adiwarman. 2010. *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Lestari, Alfi Muflikhah. 2015. *Pengaruh Religiusitas, Produk Bank, Kepercayaan, Pengetahuan, dan Pelayanan Terhadap Preferensi Menabung pada Perbankan Syariah (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya*. Skripsi. Malang: Universitas Brawijaya.
- Mangkunegara, A.A. Anwar Prabu. 1988. *Perilaku Konsumen*. Bandung : PT Eresco.
- Moenir, AS. 1995. *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*. Jakarta : Bumi Aksara.

- Muhamad. 1987. *Manajemen Bank Syariah*. Yogyakarta : Unit Penerbit dan Percetakan AMP YKPN.
- Mukromin, Muhammad. 2017. *Pengaruh Religiusitas, Produk Bank, Kepercayaan, Pengetahuan, dan Pelayanan Terhadap Preferensi Menabung Pada Perbankan Syariah (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta)*. Skripsi. Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Multifiah. 2011. *Teori Ekonomi Mikro*. Malang : UB Press.
- Munthe, Safaruddin. 2014. *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menabung Pada Tabungan Mudharabah di Bank Muamalat Cabang Balai Kota*. Thesis. Sumatera Utara: Institut Agama Islam Negeri Sumatera Utara.
- Nachrowi, Nachrowi Djalal, Hardius Usman. 2002. *Penggunaan Teknik Ekonometrika*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Ningrum, Diska Afilia Warsa. 2017. *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Nasabah Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus : Kabupaten Sleman)*. Skripsi. Yogyakarta: Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Nopirin. 1986. *Ekonomi Moneter I*. Jakarta : Karunika.
- Otoritas Jasa Keuangan. 2016. *Industri Jasa Keuangan Syariah*. Jakarta : Otoritas Jasa Keuangan
- Otoritas Jasa Keuangan. 2017. *Statistik Perbankan Syariah*. <http://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/data-dan-statistik/statistik-perbankan-syariah/Pages/Statistik-Perbankan-Syariah---Juli-2017.aspx>. Diakses 19 Agustus 2017.
- Padmaninggar, Adindara. 2016. *Analisis Pengaruh Tingkat Religiusitas, Pengetahuan dan Jumlah Uang Saku Terhadap Minat Menabung di Bank Umum Syariah (Studi Pada Mahasiswa S1 Prodi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya)*. Skripsi. Malang: Universitas Brawijaya.
- Peter, J.Paul, Jerry C. Olson. 2013. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta : Salemba Empat.
- Pindyck, Robert S, Daniel L Rubinfeld. 2012. *Mikroekonomi*. Jakarta : Erlangga.
- Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI) Universitas Islam Indonesia Yogyakarta. 2015. *Ekonomi Islam*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Republik Indonesia. 2008. Undang-Undang No. 10 Tahun 1998 tentang Perbankan Syariah. Lembaran Negara RI Tahun 2008. Sekretariat Negara RI. Jakarta.
- Republik Indonesia. 2008. Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah. Lembaran Negara RI Tahun 2008. Sekretariat Negara RI. Jakarta.
- Rusmijati. 2017. *Teori Ekonomi Mikro I*. Yogyakarta : Graha Cendekia.

- Sanusi, Anwar. 2011. *Metodologi Penelitian Bisnis : Disertai Contoh Proposal Penelitian Bidang Ilmu Ekonomi dan Manajemen*. Jakarta : Salemba Empat.
- Saputra, Herwono Indradan Njo Anastasia. 2013. *Jenis Investasi Berdasarkan Profil Risiko*. Surabaya : Universitas Kristen Petra. (jurnal)
- Simamora, Bilson. 2003. *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Simamora, Bilson. 2007. *Paduan Riset Perilaku Konsumen* . Jakarta : PT Garmedia.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: ALFABETA.
- Susanto, Andri Interview. 2018. *Interview of Bank Syariah Mandiri Cibinong History*. Bogor.
- Taufiqurrohman. 2017. *RELIGIUSITAS*. <https://bdkpalembang.kemenag.go.id/religiusitas/>, Diakses 29 Oktober 2017.
- Tjiptono, Fandy. 2000. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta : Andi Offset.
- Wahab, Wirdayanti. Pengaruh Bagi Hasil Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam*. STIE Mahaputra Riau. Diakses pada 10 November 2017.
- Wahyudi, Imam dkk. 2013. *Manajemen Risiko Bank Islam*. Jakarta : Salemba Empat.
- Widarini, Falih. 2013. *Hubungan Pelayanan Prima (Service Excellence) dengan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri Cabang Genteng Banyuwangi*. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim. Diakses pada 14 Februari 2018.
- Widarjono, Agus. 2010. *Analisis Statistika Multivariat Terapan*. Yogyakarta : UPP STIM YKPN.
- Wijaya, Tony. 2013. *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Yogiarto, Atanasius. 2015. *Pengaruh Bagi Hasil, Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Perbankan Syariah Tabungan Mudharabah*. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.
- Yudhiartha, Chrisna Very. 2012. *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menabung di Bank Syariah*. <http://eprints.ums.ac.id/23799/>, Diakses 07 November 2017.
- Zubaidah, Siti. 2004. *Analisis Potensi dan Preferensi Masyarakat Terhadap Pengembangan Bank Syariah di Wilayah Jawa Timur*. Malang: Universitas Muhammadiyah Malang.
- Zulganef. 2013. *Metode Penelitian Sosial & Bisnis*. Yogyakarta : Graha Ilmu.